

Selvitys suomalaisten pk-kuljetusyritysten maantiekuljetuksista Eurooppaan

Markus Sjöberg

Tekijä(t) Markus Sjöberg	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Selvitys suomalaisten pk-kuljetusyritysten maantiekuljetuksista Eurooppaan	Sivu- ja liitesivumäärä 38 + 4
<p>Suomessa on lukuisia pieniä ja keskisuuria kuljetusliikkeitä sekä yksityisyrittäjiä, joista osa on riippuvaisia ulkomaankuljetuksista. Tässä tutkimuksessa selvitetään suomalaisten pienten ja keskisuurten yritysten maantiekuljetuksia ja toimintatapoja Suomen ulkopuolelle ympäri Eurooppaa.</p> <p>Tämän tutkimuksen lähtökohta on selvittää opinnäytetyön toimeksiantajayrityksen Dachser Finland Oy:n intressistä, mihin Euroopan maihin ja miten usein suomalaiset pk-kuljetusyritykset liikennöivät. Tutkimuksen tavoitteena on tehdä selvitys Eurooppaan liikennöivistä kuljetusyrityksistä ja tuloksia hyödyntäen löytää potentiaaliset kuljetusyritykset, joita toimeksiantajayritys voisi liiketoiminnassaan mahdollisesti käyttää hyödyksi.</p> <p>Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin tammikuussa 2016. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena ja kysely lähetettiin noin 600 kuljetusyritykselle. Vastauksia saatiin 64 ja vastaajista 41 ilmoitti operoivansa Euroopassa.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella Euroopan maista tärkeimmät maat ovat Ruotsi, Saksa ja Alankomaat. Myös Belgia, Espanja, Norja, Ranska ja Tanska ovat yrityksille tärkeitä vientimaita. Euroopassa on kuitenkin lukuisia maita, jotka eivät ole yrityksille tärkeitä vientimaita tai joihin ei ole säännöllistä liikennettä. Alueista Pohjoismaat on suomalaisille kuljetusyrityksille tärkein, kun taas Itä-Euroopan maihin on vähiten maantiekuljetuksia. Tutkimustuloksista selvisi myös, että lähes puolet kyselyyn vastanneista liikennöi keskimäärin 1-3 kertaa viikossa ulkomaille. Noin viidennes yrityksistä puolestaan liikennöi keskimäärin yli 20 kertaa viikossa ulkomaille.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella ulkomaankuljetusten osuus on suuri kuljetusyritysten kaikista maantiekuljetuksista. Tuloksista myös ilmeni, että kuljetusyrityksillä on kohtalaisen paljon kuljetuskalustoa ulkomaankuljetuksia varten, mutta viikoittaiset kuljetusmäärät ovat melko pienet suhteessa kaluston määrään nähden. Yritykset tarjoavat palveluista eniten tutkimuksen perusteella täyskuormia ja huolintaliikkeet ovat kuljetusyritysten tärkeimpiä asiakkaita.</p>	
Asiasanat Logistiikka, maantiekuljetus, huolinta, kansainvälisyys	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimusongelma, tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset.....	1
1.2	Tutkimusmenetelmä ja rakenne	2
2	Logistiikka	4
2.1	Huolinta.....	5
2.2	Kuljetukset ja jakelu	6
2.2.1	Maantiekuljetukset	7
2.2.2	Maantiekuljetusmarkkinat.....	8
2.2.3	Kuljetuskalusto.....	9
3	Yritysten kansainvälistyminen	11
3.1	Globaalin toimitusketjun hallinta.....	12
3.2	Asiakaslähtöisyys globaalissa toimitusketjussa	13
3.3	Kansainvälisen liiketoimintaympäristön analysointi	14
4	Tutkimuksen toteutus ja menetelmät.....	16
4.1	Dachser Finland Oy	16
4.1.1	Yrityksen tavoitteet ja toimintaperiaate	17
4.1.2	Organisaatorakenne.....	18
4.2	SKAL suoritealat ry	18
4.3	Markkinatutkimusprosessi	19
4.4	Tutkimusongelma- ja aineisto.....	20
4.5	Tutkimusmenetelmä.....	20
4.6	Kyselylomake.....	21
4.7	Tutkimuksen otanta.....	22
5	Tutkimuksen tulokset.....	24
5.1	Tärkeimmät Euroopan maat maantiekuljetuksissa	26
5.2	Kuljetusmäärät ja kuljetusosuudet Euroopan maantiekuljetuksissa	27
5.3	Kuljetuskalusto ja -palvelut ulkomaankuljetuksia varten	29
6	Pohdinta.....	33
6.1	Yhteenveto.....	33
6.2	Tutkimuksen luotettavuus	34
6.3	Jatkotutkimusehdotukset.....	35
6.4	Opinnäytetyöprosessi ja oma oppiminen.....	35
	Lähteet	37
	Liitteet.....	39
	Liite 1. Tutkimuskyselyn runko	39

1 Johdanto

Suomessa on lukuisia pieniä ja keskisuuria kuljetusliikkeitä sekä yksityisyrittäjiä, joista osa on riippuvaisia ulkomaankuljetuksista. Tässä tutkimuksessa selvitetään kyseisten yritysten maantiekuljetuksia ja toimintatapoja Suomen ulkopuolelle ympäri Eurooppaa. Erityisesti kiinnostavaa on tietää, mitkä maat ovat tärkeimpiä maantiekuljetusten kannalta ja miten usein yritykset liikennöivät Suomen ulkopuolelle. Kuljetusyrityksiä lähestytään SKAL (Suomen kuljetus ja logistiikka) suoritealat ry:n kautta, jonka jäseniä yritykset ovat. Tutkimuksen toimeksiantaja on logistiikka-alalla toimiva huolintayritys Dachser Finland Oy, joka toimii kansainvälisten maantiekuljetusten markkinoilla.

1.1 Tutkimusongelma, tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset

Tutkimuksen lähtökohta on selvittää opinnäytetyön toimeksiantajayrityksen Dachser Finland Oy:n intressistä, mihin Euroopan maihin ja miten usein suomalaiset pienet ja keskisuuret kuljetusyritykset liikennöivät. Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa potentiaaliset Eurooppaan liikennöivät kuljetusyritykset SKAL suoritealat ry:n jäsenrekisteriä hyödyntäen, joita Dachser Finland Oy voisi liiketoiminnassaan mahdollisesti käyttää hyödyksi. Tutkimus rajataan koskemaan pelkästään Euroopan maihin operoivia pieniä ja keskisuuria kuljetusyrityksiä.

Alla olevassa taulukossa on Euroopan yhteisön komission määrittämät pk-yritysten raja-arvot.

Taulukko 1. Pk-yritysten raja-arvot (Viitala & Jylhä 2013, 19)

Pieni yritys	Keskisuuri yritys
<ul style="list-style-type: none">▪ Henkilökunta < 50 henkilöä	<ul style="list-style-type: none">▪ Henkilökunta < 250 henkilöä
<ul style="list-style-type: none">▪ Liikevaihto 10 milj. euroa tai taseen loppusumma 10 milj. euroa	<ul style="list-style-type: none">▪ Liikevaihto 50 milj. euroa tai taseen loppusumma 43. milj. euroa

Tutkimuksen pääongelma on:

- Mihin Euroopan maihin ja miten usein suomalaiset pienet ja keski-suuret kuljetusyritykset liikennöivät?

Tutkimuksen alaongelmat ovat:

- A1. Minkälaista ja kuinka paljon kuljetuskalustoa kuljetusyrityksillä on käytössä ulkomaan kuljetuksia varten?
- A2. Mikä on ulkomaankuljetusten osuus kuljetusyritysten kaikista maantiekuljetuksista
- A3. Mitä palveluja kuljetusyritykset tarjoavat ulkomaan kuljetuksia varten?

Peittomatriisi (taulukko 2) auttaa havainnollistamaan tutkimuksen alaongelmien, teoreettisen viitekehyksen, tutkimuskyselyn kysymysten ja tutkimustulosten välistä yhteyttä.

Taulukko 2. Peittomatriisi

Tutkimusongelma	Teoreettinen viite-kehys(luvun nro)	Tulokset(luvun nro)	Tutkimuskyselyn kysymys
A1	2.2.1–2.2.3	5.3	2-3
A2	3	5.2	6
A3	2.2	5.3	5, 10

Tämä opinnäytetyö on suunnattu ensisijaisesti toimeksiantajan liiketoiminnan hyödyksi. Tässä opinnäytetyössä keskitytään pelkästään Eurooppaan liikennöiviin pk-kuljetusyrityksiin.

1.2 Tutkimusmenetelmä ja rakenne

Tutkimus toteutetaan kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Otoskoko on numeerisesti suuri, joten kvantitatiivinen tutkimus sopii tähän tutkimukseen kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta paremmin (taulukko 3).

Taulukko 3. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen oleelliset erot (Heikkilä, T. 2014, 15)

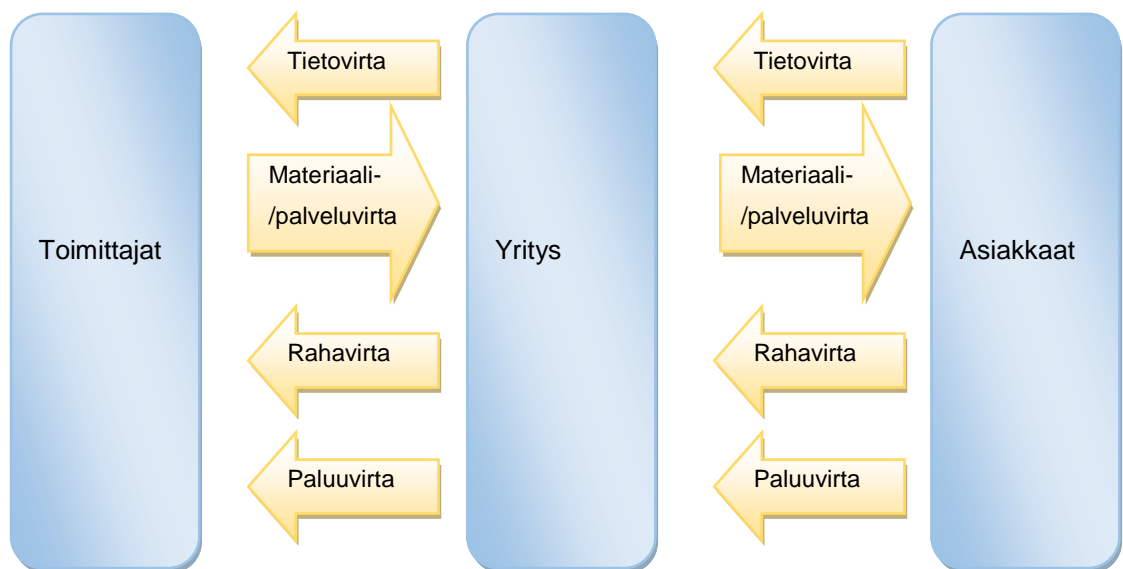
Kvantitatiivinen (määrällinen)	Kvalitatiivinen (laadullinen)
<ul style="list-style-type: none"> Vastaa kysymyksiin Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? 	<ul style="list-style-type: none"> Vastaa kysymyksiin Miksi? Miten? Millainen?
<ul style="list-style-type: none"> Numeerisesti suuri, edustava otos 	<ul style="list-style-type: none"> Suppea, harkinnanvaraisesti koottu näyte
<ul style="list-style-type: none"> Ilmiön kuvaus numeerisen tiedon pohjalta 	<ul style="list-style-type: none"> Ilmiön ymmärtäminen ns. pehmeän tiedon pohjalta

Tutkimusstrategia on survey-tutkimus, joka on suunnitelmallinen kyselytutkimus. Kun tutkittavia on paljon, survey-tutkimus on tehokas ja taloudellinen tapa kerätä tietoa. (Heikkilä, T. 2014, 17.) Tutkimusta varten lähetetään suomalaisille pk-kuljetusyrityksille kyselylomake ja tulosten avulla pyritään selvittämään potentiaaliset yritykset, joita tutkimuksen toimeksiantajayritys voi liiketoiminnassaan mahdollisesti käyttää hyödyksi. Myös kuljetusyritykset voivat hyötyä tutkimuksesta, koska niitä voidaan mahdollisesti käyttää alihankkijoina toimeksiantajayrityksen toimesta.

Tutkimuksen toisessa luvussa kerrotaan logistiikasta yleisesti sekä huolinnasta, maantiekuljetuksista, maantiekuljetusmarkkinoista ja kuljetuskalustosta. Kolmannessa luvussa paneudutaan yritysten kansainvälistymiseen ja siihen liittyvään globaalin toimitusketjunhallintaan, asiakaslähtöisyyteen globaalissa toimitusketjussa sekä kansainvälisen liiketoimintaympäristön analysointiin. Tutkimuksen neljännessä luvussa käsitellään tutkimuksen toteutus ja menetelmät, jossa esitellään myös tutkimuksen toimeksiantaja ja kyselytutkimuksen lähettäjä lyhyesti. Viidennessä luvussa käydään läpi empiirisen tutkimuksen tulokset. Kuudennessa luvussa pohditaan tutkimustuloksia, arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja esitellään jatkotutkimusaiheet. Lisäksi tutkija arvioi opinnäytetyöprosessia ja omaa oppimista.

2 Logistiikka

Logistiikka on tieteenhaara, joka pitää sisällään tuotteiden ostamista, kuljetusta ja varastointia, valmistuksen ohjausta, myyntipalveluja lopputuotteille, jakelua sekä myynnin jälkeisten palvelujen tuottamista. Yksinkertaistettuna voidaan sanoa, että se on tieto-, materiaali- ja rahavirran hallintaa. Näitä toimia tulee johtaa siten, että lopputulokset ovat asiakkaiden ja palveluja tuottavien yritysten näkökulmasta mahdollisimman hyviä ja edullisia laadullisesti. Logistiikassa on tärkeää tarkastella koko toimitusketjua tavarantoimittajilta asiakkaille. Kokonaisuuden hallinta vaatii kaikessa toiminnassa sekä oikeita toimintatapoja että jatkuvaa ohjausta. Oikein tapahtuvan ohjauksen mahdollistavat hyvät tietojärjestelmät. (Karhunen, Pouri & Santala 2008, 23.)



Kuvio 1. Logistiikan tieto-, raha-, materiaali- ja paluuvirrat (Ritvanen, Inkiläinen, von Bell, Santala 2011, 22)

Koko logistiikkaprosessin (kuvio 1) voidaan katsoa alkavan tietovirrasta. Materiaalien tai tuotteiden kuljettaminen ja säilyttäminen sisältävät materiaalivirtaan. Asiakas on tyytyväinen, kun materiaalivirta sujuu hyvin. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi tuotteen toimitusaika pysyy lyhyenä. Materiaalivirran edellytyksenä on tietovirta, koska on vastoin logistiikan hyviä periaatteita toimittaa materiaalia, jos siitä ei ole kenelläkään tietoa. Tieto ja materiaali kulkevat siten käsi kädessä. Raaka-aineista ja tuotteista maksettava vastike on rahavirtaa ja siksi se on materiaalivirran vastainen. Paluuvirtaan luetaan materiaalivirran eri vaiheista poistuva tuotteiden jäte- tai sivutuotevirta sekä käytöstä poistetut tuotteet, jotka ohjataan takaisin kiertoon tai loppukäsiteltäväksi. (Ritvanen, Inkiläinen, von Bell, Santala 2011, 22.)

Logistiikkastrategiaksi kutsutaan sitä, millä yleisperiaatteilla ja suuntaviivoilla yrityksessä päätetään hoitaa sekä kehittää logistiikka. Koska logistiikka on monimuotoista ja taloudellisesti merkittävää, niin se on olennainen osa yrityksen strategiaa. Logistiikkastrategia määritellään sekä kokonaisuutena että osina. Tämä tapahtuu siten, että luodaan erikseen esimerkiksi hankinta-, varastointi- ja kuljetusstrategia. Monilla aloilla logistiikka keskittyy suurimmalta osin varastoihin ja kuljetuksiin, jonka vuoksi läpimenoajan lyhentäminen on usein tärkein parantamiskohde. Palvelutaso, toimituskyky ja joustavuus pyritään logistiikassa yhdistämään alhaisiin kustannuksiin. (Viitala & Jylhä 2013, 161.)

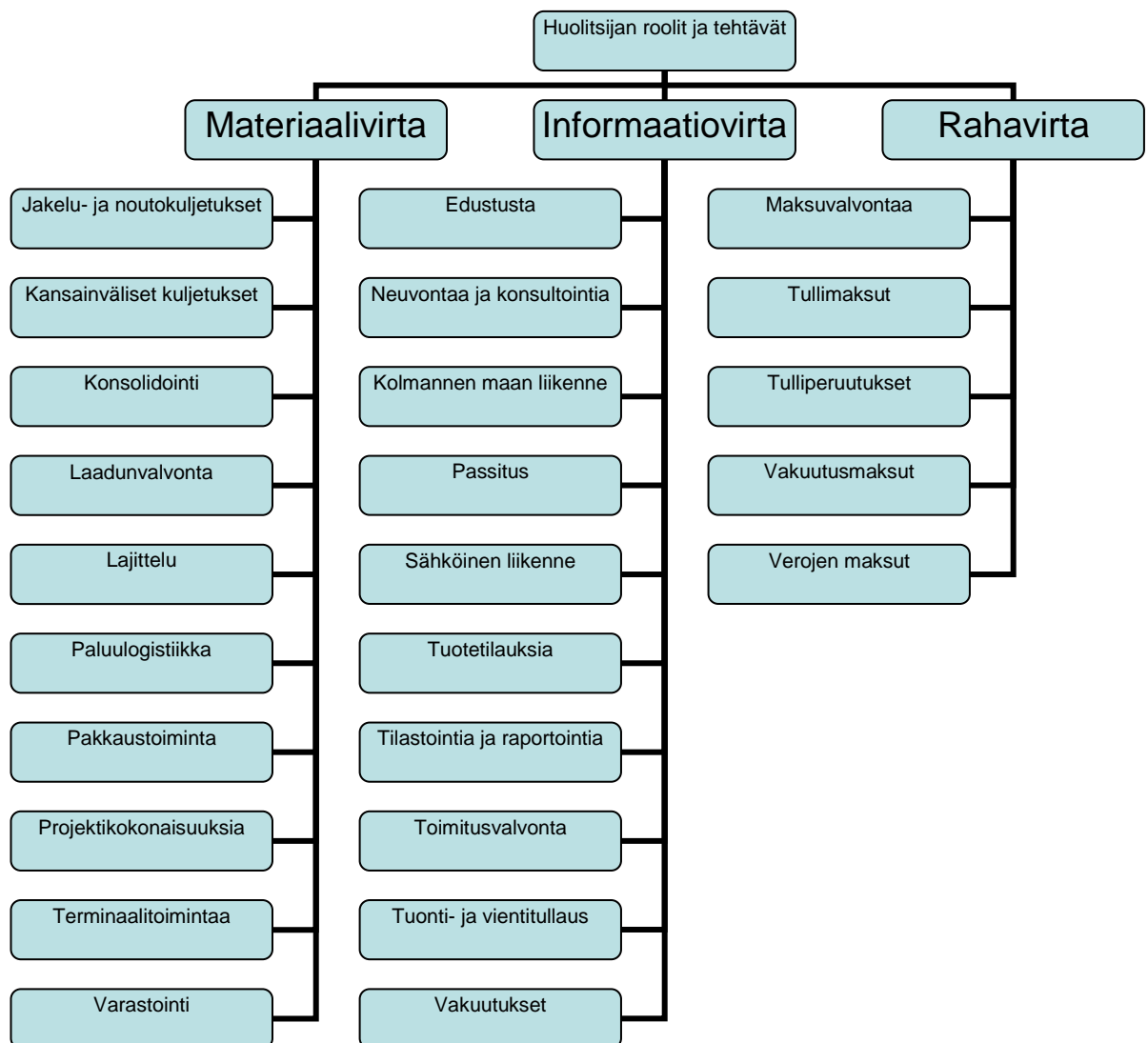
Lisääntyneet valmistus-, kuljetus-, ja varastointitarpeet ympäri maailman ovat nostaneet logistiikan asemaa kokonaisuuden ohjaajana viimeisten vuosikymmenten aikana. Logistiikasta aiheutuvat kustannukset kuten osto-, kuljetus-, varastointi-, jakelu- ja ohjauskustannukset ovat huomattavasti suurempia kuin esimerkiksi tuotteiden valmistuskustannukset. Kun tiedetään, mitä tehdään ja missä tehdään, niin se luo yrityksille kilpailuetuja. Kansainvälisessä kaupassa huolinnalla ja reitityksellä on keskeinen rooli kuljetusten onnistumisen kannalta. (Karhunen ym. 2008, 29.)

Yhä useampi yritys ulkoistaa kuljetuksiin ja varastointiin liittyvät palvelut logistiikkayrityksiltä, joita ovat muun muassa huolintaliikkeet. Kuljetusten ja varastoinnin lisäksi ostetaan myös muun muassa jakelua ja huolintaa. (Karhunen ym. 2008, 29.)

2.1 Huolinta

Huolitsija on henkilö, joka vastaa huolinnasta. Huolitsijasta käytettiin aikaisemmin nimeä speditööri, joka on johdettu italian kielisestä sanasta speditore, jolla tarkoitetaan henkilöä, joka ammattimaisesti huolehtii kuljetuksesta. Huolintapalveluiden avulla tavaravirrat ja osto- sekä myyntitoiminta onnistuvat helpommin ja kustannustehokkaammin. Huolintatoimintaan kuuluu paljon erilaisia logistisia toimintoja, joita ei vielä pari sukupolvea sitten tunnettu. Aikaisemmin huolintatoiminta oli hyvin tullauskeskeistä, mutta nykyään huolintapalvelut ovat integroitu osaksi onnistunutta kuljetuskokonaisuutta. (Ritvanen ym. 2011, 121.)

Huolinnan perustoimintoja ovat tullauspalvelut, kansainvälisten kuljetusten järjestäminen sekä kansainvälisiin kuljetuksiin liittyvät nouto- ja jakelupalvelut. Edellä mainitut perustoiminnot kuuluvat huolintayhtiöiden perinteiseen palvelukokonaisuuteen. Sen lisäksi huolintayhtiöt tarjoavat laajempia kokonaisuuksia (kuvio 2). Merkittäviä yrityksen kilpailutekijöitä tulevaisuudessa ovat muun muassa asiakkuuden hallinta, toimintojen energiatehokkuus sekä palvelun laadun kehittäminen. (Ritvanen ym. 2011, 122-123.)



Kuvio 2. Huolitsija on kansainvälisten virtojen aivot (Ritvanen ym. 2011, 123)

Huolinta-alan merkitys on globalisaation myötä lisääntynyt. Hankinta- ja markkina-alueet ovat laajentuneet maailmanlaajuisesti (Hokkanen & Karhunen 2014, 122). Kansainvälisen kaupankäynnin kannalta huolinta-ala on Suomelle ratkaisevan tärkeä. Huolintayritysten tulee huolehtia siitä, että tavara toimitetaan vastaanottajalle noudattaen kansallisia ja kansainvälisiä lakeja, direktiivejä, määräyksiä sekä sopimuksia. (Ritvanen ym. 2011, 183.)

2.2 Kuljetukset ja jakelu

Toimitusketjun eri vaiheissa tarvitaan kuljetuksia ja ne integroidaan mahdollisimman kattomiksi virroiksi siten, etteivät kuljetettavat tavarat missään vaiheessa pysähdy pitkäksi aikaa. Kuljetukset voidaan hoitaa yrityksissä monin tavoin. Kuljetukset on mahdollista hoitaa oman kuljetuslaitoksen lisäksi vuokratulla kuljetuslaitostalla tai ne voidaan ostaa kokonaan ulkopuolisilta kuljetusliikkeiltä. Harvat yritykset omistavat kuljetuksiin tarvitsemansa

kuljetusvälineet. Lisäksi harvat yritykset hoitavat kuljetustoiminnassa vaadittavan työn. Yhä useammin ostetaan kuljetusalan yritysten tarjoamia palveluja ja luodaan kumppanuuksia niiden kanssa. Useat kuljetusyritykset tarjoavat kuljetuspalveluiden lisäksi tuotantoon liittyviä logistisia toimintoja sekä kuljetusten ohjausta, hallintaa ja suunnittelua. Kuljetuksia voidaan myös seurata reaaliaikaisesti. (Viitala & Jylhä 2013, 169-170.)

Logistiikkakustannusten osuus yritysten liikevaihdosta on Suomessa keskimäärin 14 prosenttia, kun Keski-Euroopassa luku on 10–17 prosenttia. Kustannuksiin voidaan kuitenkin vaikuttaa tehokkaalla kuljetussuunnittelulla. Kuljetuskaluston täyttö- ja käyttöastetta voidaan nostaa esimerkiksi paluukuljetusten ja jakelureittien huolellisella suunnittelulla. (Viitala & Jylhä 2013, 170-171.)

Suomi kuuluu globaaleihin kuljetusmarkkinoihin. Syrjäinen sijainti ja ilmasto-olosuhteet asettavat kuitenkin logistiselle kilpailukyvyllä merkittäviä haasteita Euroopan päämarkkinoihin nähden. Maantieteellisten ja talousmaantieteellisten tekijöiden lisäksi kansalliset lait ja kansainväliset sopimukset ovat kuljetusten toimintaympäristöön vaikuttavia tekijöitä ja ne täytyy huomioida päätöksiä tehtäessä. Suomi on laajasti ja harvaan asuttu, joten kuljetusten hoitaminen kansainvälisten kuljetusten lisäksi myös sisäisesti on vaativaa. (Ritvanen ym. 2011, 184.)

Ulkomaankuljetukset koostuvat lähes aina kuljetusketjusta, johon kuuluu useita kuljetus- ja käsittelyvaihteita. Eri kuljetusmuodot, joita ovat muun muassa meri-, rautatie-, ilma- ja maantiekuljetukset kilpailevat keskenään. (Ritvanen ym. 2011, 185.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään pelkästään maantiekuljetuksiin.

2.2.1 Maantiekuljetukset

Maantiekuljetus tarkoittaa tavaran kuljettamista kumipyörin varustetuin ajoneuvoin teillä (Karhunen, Pouri & Santala 2008, 31). Maantiekuljetusten suosio on kasvanut vuosien saatossa parantuneiden kuljetuskalustoiden ja -järjestelmien kehittymisen, tieinfrastruktuurin paranemisen, tavaran vapaan liikkuvuuden ja lähetyseräkokojen pienenemisen myötä (Karhunen & Hokkanen 2007, 134). Maantiekuljetusten vahvuuksia muihin kuljetusmuotoihin nähden ovat niiden helppo toteutettavuus ja nopeus. Niitä myös käytetään muiden kuljetusmuotojen esi- ja jälkikuljetuksissa ja ne näin ollen vaikuttavat maantiekuljetusten yleisyyteen. Lisäksi maantiekuljetuksiin luetaan runko- ja siirtokuljetukset sekä nouto- ja jakelukuljetukset. (Logistiikan maailma 2016a.)

Maantiekuljetus voidaan toteuttaa suoraan lähettäjältä vastaanottajalle eli suorana kuljetuksena tai siinä voi olla useita tavarankäsittelypisteitä, esimerkiksi varastoja ja terminaleja, joiden kautta lähetys kulkee. Lähetys voidaan purkaa, lajitella ja koota näissä tavarankäsittelypisteissä uusia lähetyseriä. (Logistiikan maailma 2016c.) Kaupallinen tavarankuljetus maanteilla on lain ja asetuksin säänneltyä luvanvaraista toimintaa. Muun muassa kuljetuskalusto, kuljettajien koulutustaso ja kuljetusyrityksen toiminta oman maan ulkopuolella kuuluvat sääntelyn piiriin. (Logistiikan maailma 2016a.)

Kaikista kuljetusmuodoista maantiekuljetusten työllistävyys on suurin Suomessa, koska kysyntä on suurta ja kuljetusvälineet pieniä (Hokkanen & Karhunen 2014, 97).

2.2.2 Maantiekuljetusmarkkinat

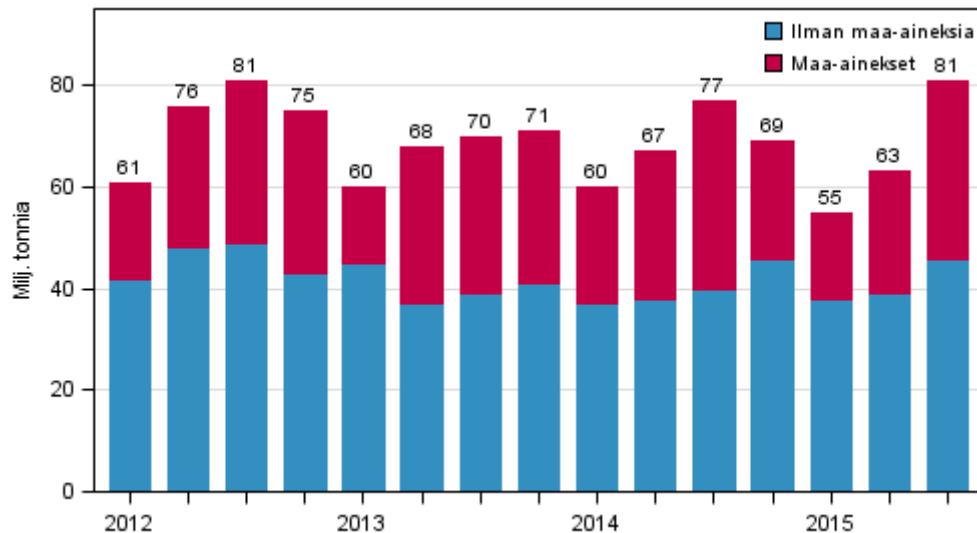
Suomi kuuluu nykyisin globaaleihin kuljetusmarkkinoihin, joista EU:n sisämarkkinat ovat tärkeimmät. Suomen syrjäinen sijainti ja ilmasto-olosuhteet Euroopan päämarkkinoihin nähden aiheuttavat Suomen logistiselle kilpailukyvyllä haasteita laadun ja kustannusten suhteen. Toisaalta Suomen markkinoita ovat laajentaneet yhteismarkkinat, ihmisten, tavaroiden, palveluiden ja pääomien vapaa liikkuvuus. Lisäksi kansallinen ja kansainvälinen kilpailu on lisääntynyt ja logistiset toiminnot tehostuneet. Tavarakuljetukset voidaan jakaa kotimaankuljetuksiin, ulkomaanliikenteen tuonti- ja vientikuljetuksiin sekä Suomen kautta tapahtuviin kuljetuksiin, transitiikuljetuksiin. Tavarasta 90 % kuljetetaan maanteitse eli kuorma-autolla. (Ritvanen ym. 2011, 109-110.)

Ulkomaanliikenne maanteitse toteutuu rajanylittävin kuljetuksin sekä autolautoilla meritse tapahtuvien kuljetuksin. Säännöllinen matkustaja- ja lastilauttaliikenne Suomen ja Itämeren sekä eräiden Pohjanmeren satamien välillä on erittäin tärkeä väylä Suomen tuontia ja vientiä palvelevalle maantieliikenteelle. (Ritvanen ym. 2011, 112.) Suomesta johtaa kaksi maakuljetusreittiä Keski-Eurooppaan, Ruotsin ja Tanskan kautta tai Via Balticaa pitkin. Suomesta Keski-Eurooppaan tapahtuva kuljetus kestää 3-4 vuorokautta. Länsi-Euroopan markkinoilla toimivista maista Suomi onkin ainoa maa, joka ei kykene tarjoamaan asiakkailleen yön yli toimituksia muuna kuin ilmakuljetuksina. (Hokkanen & Karhunen 2014, 35.)

Tonni on yksikkö, jota käytetään tilastoissa yleisimmin, kun puhutaan kuljetusmääristä. Joitain kuljetuksia voidaan ilmaista kappaleina, kun kuljetettava tavara on vakiomittaista ja -painoista. Esimerkiksi kontit ja EU- tai FIN-lavat ovat tällaisia. Maantiekuljetusten osuus kuljetetuista tonnimääristä on nykyään noin 90 % ja kuljetussuoritteesta noin 68 %. Kuljetusten tonnimääristä yli 80 % on kuljetuksia, jotka on tehtävä maantietä pitkin muun mu-

assa vesiväylien ja ratojen puuttumisen vuoksi eikä niitä siten voida siirtää muille kuljetusmuodoille. (Karhunen ym. 2008, 58.)

Kotimaan liikenteessä kuljetettiin tavaroita (kuvio 3) kuorma-autoilla 81 miljoonaa tonnia vuoden 2015 kolmannella neljänneksellä eli noin 4 prosenttia enemmän kuin vuoden 2014 vastaavalla neljänneksellä.



Kuvio 3. Kuorma-autojen tavarankuljetukset kotimaan liikenteessä neljännesvuosittain (Suomen virallinen tilasto (SVT).)

2.2.3 Kuljetuskalusto

Kuorma-auto on tavarankuljetukseen valmistettu ajoneuvo, joka on kokonaismassaltaan suurempi kuin 3,5 tonnia. Kuorma-autot jaetaan edelleen kahteen luokkaan, jotka ovat N2 eli kokonaismassaltaan korkeintaan 12 tonnia ja N3 eli yli 12 tonnia. Auton alusta, kuorimakori, polttoaine, kuorma ja varusteet lasketaan kokonaismassaan. (Logistiikan maailma 2016b.)

Suurten tavaramäärien vientiin maantiekuljetuksissa käytetään ajoneuvoyhdistelmiä, joita ovat täysperävaunu- ja puoliperävaunuyhdistelmät (kuvio 4). Täysperävaunuyhdistelmä muodostuu kahdesta perävaunusta, joista varsinainen perävaunu on kiinni kuorma-auton vetokytkimessä. Puoliperävaunuyhdistelmässä kuorma-auton vetopöydän päälle kytetään puoliperävaunu. (Logistiikan maailma 2016b.) Tyypillistä vientikuljetuksille Suomesta ja tuontikuljetuksille Suomeen on, että perävaunuyhdistelmä kuljetetaan aluksella osan matkaa (Sisula-Tulokas 2007, 10).

KUORMA-AUTO



PUOLIPERÄVAUNUYHDISTelmä (ns. rekka)



VARSINAINEN PUOLIPERÄVAUNUYHDISTelmä



Kuvio 4. Esimerkkejä kuljetuskalustosta. (Ritvanen ym. 2011, 117)

3 Yritysten kansainvälistyminen

Globalisaatio, markkinoiden avautuminen ja keskinäinen riippuvuus markkinoilla vaikuttavat yhä enemmän yritysten toimintaan. Kilpailu on lisääntynyt tämän kehityksen myötä ja kotimarkkinat riittävät turvaamaan yhä harvemman yrityksen menestymisen. Viime vuosi-
na kansainvälistä toimintaa harjoittavien yritysten määrä on noussut merkittävästi. Kansainvälistyminen on yrityksille mahdollisuus, mutta mahdollisuudet vaihtelevat paljon yritysten ja toimialojen välillä. (Viitala & Jylhä 2013, 127.) Kansainvälistyminen on yksi keskeisistä keinoista, kun halutaan saavuttaa yrityksen päämäärät muun muassa kannattavuudessa ja kasvussa (Viitala & Jylhä 2013, 131).

Kilpailun kiristyminen, kehittynyt infrastruktuuri sekä tietotekniikka edistävät kansainvälistä liiketoimintaa. Lisäksi kansainvälistymistä edistävät Ritvasen ym. (2011, 168) mukaan:

- Ulkomaisten asiakkaiden tuomat mahdollisuudet
- Ulkomaisten kilpailijoiden tuomat paineet
- Teknologisen osaamisen lisääminen
- Kustannuspaineet

Kilpailukykyä vahvistetaan toimimalla kansainvälisesti viennissä, tuonnissa, tuotannossa tai muussa liiketoimintaan liittyvässä kehitystyössä ja näin erityisesti suuryritykset toimivat. Kotimarkkinoiden rajallisuuden vuoksi myös pk-yritykset joutuvat usein varhaisessa vaiheessa suuntaamaan kansainvälisille markkinoille, koska kasvukato tulee kotimaan markkinoilla ennemmin tai myöhemmin. (Ritvanen ym. 2011, 168-169.)

Kansainvälistymisen muodoista vienti on tärkein (Ritvanen ym. 2011, 169). Yleisesti suomalaiset yritykset luottavat melko hyvin vientikykyynsä ja tuotteen laatua pidetään sitä parhaiten siivittävänä tekijänä. Asiakaslähtöisyys, johdon ja henkilöstön sitoutuminen sekä yrityksen maine ovat myös vahvoja valtteja (Viitala & Jylhä 2013, 129). Yritys voi joskus joutua kansainvälistymisen eteen yllättäen, kun tarjouspyyntö tai tilaus saapuu ulkomailta. Se kansainvälistyvätkö yritykset aktiivisesti, passiivisesti vai molemmilla tavoilla riippuu usein taloudellisista resursseista, koska kansainvälistyminen vaatii yleensä merkittäviä taloudellisia panoksia. Osallistuminen muun muassa erilaisiin tapahtumiin, messuille ja EU-hankkeisiin on aktiivista kansainvälistymistä, kun taas esimerkiksi yhteistyö ja verkostoituminen ulkomaisten toimijoiden kanssa sosiaalisen median kautta tarkoittaa passiivista kansainvälistymistä. (Ritvanen ym. 2011, 169.)

Verkostoitumisella tarkoitetaan sitä, kun eri toimijat liittyvät yhteistyöhön keskenään (Viitala & Jylhä 2013, 392). Verkostojohtaminen avaa uusia ulottuvuuksia, kun liiketoiminnot kansainvälistyvät. Hyvin pienten suomalaisyritysten neuvotteluvoima paranee ulkomaisiin liikekumppaneihin nähden verkostoitumisen avulla. Lisäksi myös hankinnat ja investoinnit tehostuvat verkostoitumisen myötä. (Ritvanen ym. 2011, 170.) Nykyään korostetaan sitä, että arvon luominen tapahtuu pikemminkin eri toimijoiden välisissä verkostoissa kuin yksiselitteisesti määriteltävissä jalostuksen ketjuissa (Tienari & Meriläinen 2009, 45).

Monet pienet yritykset ovat saaneet vientinsä käyntiin suuremman yrityksen avulla (Viitala & Jylhä 2013, 137). Kotimaan ja kansainvälisillä markkinoilla pk-yritysten tavallisimpia karikkoja ovat markkinoinnin ja asiakasosaamisen puute. Myös aktiivisuus markkinoilla on riittämätöntä (Viitala & Jylhä 2013, 130). Pienille yrityksille referenssit eli suositukset ovat tärkeitä ja esimerkiksi jokin suuri yritys voi suositella pitkäaikaista alihankkijaansa jollekin ulkomaiselle asiakkaalle. Referenssien avulla pienet yritykset voivat vakuuttaa neuvottelijaosapuolen omasta luotettavuudestaan ja laatutasostaan toimittajana. Tällaisia referenssejä ovat suuret kotimaiset asiakkaat. Ne taas herättävät mahdollisissa ulkomaisissa asiakkaissa luottamusta. (Viitala & Jylhä 2013, 137.)

Ruotsi, Saksa, Alankomaat, Venäjä ja Iso-Britannia ovat Suomen tärkeimmät kauppakumppanit. Melkein puolet Suomen vuotuisesta tavarakaupan arvosta käydään näiden maiden välillä. (Karhunen & Hokkanen 2007, 18.)

3.1 Globaalin toimitusketjun hallinta

Toimitusketju tarkoittaa verkostoa, jossa materiaali- tai palveluvirtoja sekä niihin liittyviä raha- ja tietovirtoja eri organisaatiot yhteistyössä kehittävät (Ritvanen ym. 2011, 201). Hankinnan, varastoinnin, kuljetuksen ja jakelun optimointi sekä tehokas hallinta ovat kaikki osa hyvin hoidettua toimitusketjun hallintaa (taulukko 4) (Ritvanen ym. 2011, 170).

Taulukko 4. Näkökulmia globaaliin toimitusketjun hallintaan (Ritvanen ym. 2011, 170)

Toiminto	Huomioitavaa
Kuljetus	Kuljetusmuodon valinta, rahtaus, toimitusajan huomioiminen, toimituslausekkeet, tullauskäytänteet, asiakirjat, infrastruktuuri eri maissa
Varastointi	Varastointi ratkaisut ja –mahdollisuudet, ulkoistaminen, varastojen määrä ja sijainti
Pakkaus	Merkinnät, kestävyys, sääolosuhteet
Tietojärjestelmät	Kehittyneisyydessä eroja eri maiden välillä, järjestelmien integroitumismahdollisuus, tiedonkulku
Hankintatoimi	Hankintatavat ja -lähteet, kauppasopimukset, maksuajat ja toimitusehdot

Globaali hankinta pidentää yritysten toimitusketjuja ja silloin myös toimitushäiriöihin liittyvä riski voi kasvaa. Jos kauppakumppani ei pystykään toimittamaan tavaraa aikataulussa, niin silloin on syytä pohtia, mitä siitä seuraa toimitusketjun seuraavalle taholle ja yrityksen liiketoiminnalle. On erityisen tärkeää myös tiedostaa valuuttakurssien kehitykseen liittyvät riskit. (Ritvanen ym. 2011, 170.) Valuutan lisäksi on huomioitava myös verotuskäytännöt ja kulttuurierot ihmisten välillä. Kansainvälisessä kaupassa hankintojen hallinnointi edellyttää perehtymistä asiakirjoihin, kuten alkuperä- ja vakuutustodistuksiin, remburssiin sekä vienti- ja tuontilupiin. (Ritvanen ym. 2011, 173.)

3.2 Asiakaslähtöisyys globaalissa toimitusketjussa

Kun yrityksen asiakas siirtää toimintaansa ulkomaille, se voi toimia sysäyksenä yrityksen kansainvälistymiselle. Tämän kautta yritykselle voi avautua väyliä kansainvälisiin jakelukanaviin sekä uusiin asiakassuhteisiin. (Viitala & Jylhä 2013, 127.)

Globaalissa toimitusketjussa asiakaslähtöisyys on erityisen tärkeää. Tuotteet ja palvelut pitää räätälöidä kustannustehokkaasti asiakastarpeiden mukaisesti ja se edellyttää toimitusketjun eri osapuolilta nopeaa reagointia asiakastarpeiden muutoksiin. Myyntikanavien on oltava tehokkaita ja lisäksi niillä on oltava kysynnän ennustamistaitoa. Erinomaisen liiketaloudellisen tuloksen voivat saavuttaa organisaatiot, jotka osaavat integroida toimitusketjun keskeiset osaamisalueet sekä havaita koko prosessissa olevan kestävä kilpailu.

luedun. Tietoverkkojen on oltava hallinnassa, kun tehdään yhteistyötä eri puolilla maapalloa sijaitsevien yritysten kanssa. (Ritvanen ym. 2011, 171.)

Yhteistyö eri puolilla maapalloa olevien organisaatioiden ja ihmisten välillä lisääntyy. Integroitu toiminnanohjausjärjestelmä muiden osapuolten kanssa edistää hallittua globaalia logistiikkaa. (Ritvanen ym. 2011, 171.) Integroidussa toiminnanohjausjärjestelmässä eri toiminnot ja yksiköt integroidaan yhteen tietojärjestelmään, joka taas palvelee koko yrityksen tarpeita (Viitala & Jylhä 2013, 274-275). Läpimenoajat ovat pitkiä, tiedonkulussa on viiveitä ja varasointitarpeet lisääntyvät, kun käydään kauppaa kansainvälisesti, koska osapuolten väliset etäisyydet ovat pitkiä. Asiakastyytyväisyys pidetään korkealla tasolla, kun pitkät toimitusajat osataan ennakoida. (Ritvanen ym. 2011, 171.) Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan alkuperäisistä odotuksista joko palvelua tai tuotetta kohtaan, saadusta kokemuksesta ja odotusten vertailusta (Viitala & Jylhä 2013, 381).

3.3 Kansainvälisen liiketoimintaympäristön analysointi

Kansainväliseen toimitusketjuun liittyy enemmän epävarmuustekijöitä ja riskejä kuin kotimaassa. Tällaisia ovat esimerkiksi pitkät etäisyydet, toimintatapaerot, ajalliset viiveet sekä rajanylitykset. Muun muassa eri maiden erilainen lainsäädäntö, infrastruktuuri, byrokratia, tullaus ja turvallisuusriskit on huomioitava, kun tehdään logistisia päätöksiä. Kansainväliseen logistiikkaan on tullut useita uusia lastiyskikköihin liittyviä tarkastuksia ja dokumentointia erilaisten turvallisuusuhkien myötä. PESTEL-analyysia (taulukko 4) käytetään kansainvälisen liiketoimintaympäristön analysointiin. Se auttaa yritystä luomaan käsityksen niistä muutoksista, joihin pitäisi varautua tulevaisuudessa. (Ritvanen ym. 2011, 172.)

Huono työllisyystilanne, vaihtotaseongelmat ja korkotaso ovat kokonaistalouden ongelmia, jotka heijastuvat kysyntään. Myös muutokset lainsäädännössä luovat joskus tilanteen, jossa ihmiset joutuvat uusien valintojen eteen kulutuksessaan. Yrittäjän toimintamahdollisuuksia säätelee ympäristö muun muassa yrittämisen vapauden, sopimusvapauden, verotuksen ja talouspolitiikan kautta. Kauppa on vapautunut eri maissa, joten viranomaiset eivät yleisesti puutu päätöksillään yritysten toimintaan yhtä paljon kuin ennen. Kokonaistaloustoiminta on taloudellisen eli ekonominen ympäristön keskeinen tekijä, johon kuluttajien tulot, säästäminen, velkaantuminen, suhdanteet, kulutuksen rakenteen muutokset ja kansainväliset sopimukset vaikuttavat. Taloudellisiin tekijöihin liittyvät myös työvoima-, raaka-aine- ja lopputuotemarkkinoiden kehittyneisyyteen sekä infrastruktuuriin eli energia-, liikenne- ja tietoliikenneoloihin. Muun muassa ikärakenne, koulutustaso, tulotaso, terveydentila ja kielet ovat väestöön liittyviä sosiaalisia tekijöitä. Toimintaympäristön infrastruktuuri sekä teknologinen taso säätelevät osaltaan yrityksen toiminnan reunaehdoja. Muun

muassa sähköisen liiketoiminnan, digitalisoitumisen ja muun teknologisen kehityksen taso on erilaista eri maissa. Ekologiset tekijät pitää huomioida esimerkiksi tuotantotapojen, pakkausvaihtoehtojen, raaka-ainevalintojen ja kuljetusmuotojen kehittämisessä. Ympäristölainsäädäntö ja normit asettavat useissa maissa omat reunaehdonsa sille, miten yritys voi toimia. (Viitala & Jylhä 2013, 45-48.)

Taulukko 5. PESTEL-analyysin tekijät ja osa-alueet (Ritvanen ym. 2011, 172)

Tekijät	Osa-alueet, esim.
Poliittiset	Verotus, EU-politiikka, aluepolitiikka, kansainväliset sopimukset, rikollisuus
Ekonomiset	Suhdanteet, korot, inflaatio, työttömyys, julkinen rahoitus ja tuet
Sosiaaliset	Syntyvyys, ikärakenne, kouluttautuneisuus, muuttoliike, arvot
Teknologiset	Internet, IT
Ekologiset	Ilmastomuutos, energiankulutus, jätehuolto
Lainopilliset	Terveyttä, turvallisuutta ja työllisyyttä koskevat lait, EU-säädökset

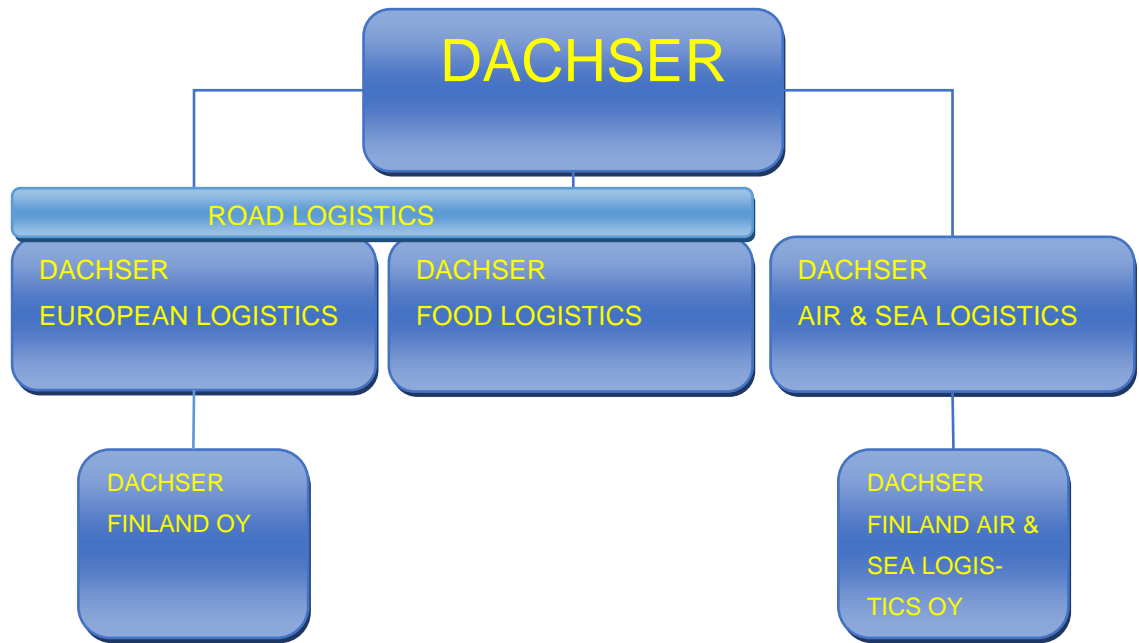
SWOT-analyysi puolestaan kartoittaa yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat (Ritvanen ym. 2011, 172). Myös yrityksessä olevat voimavarat sekä yrityksen toimintaympäristön kehitys ja piirteet arvioidaan SWOT-analyysissä. Keskustelu on menetelmässä merkittävin hyöty ja sen avulla asioita nostetaan näkyville, selkiytetään ja dokumentoidaan. Analyysissä tulisi edetä johtopäätösiin eikä jättää vahvuuksien, heikkouksien, uhkien ja mahdollisuuksien kirjaamisen asteelle. SWOT-analyysi ohjaa kohdistamaan huomion oikeisiin asioihin. (Viitala & Jylhä 2013, 49-50.)

4 Tutkimuksen toteutus ja menetelmät

Kun asiakas- ja kilpailijatietoa kerätään, jalostetaan, analysoidaan ja käytetään yrityksen päätöksenteon tukena, niin silloin voidaan puhua markkinatiedon hyödyntämisestä. Olen-
naista yrityksen kannalta on hankkia tarpeellinen kohdemarkkinoita koskeva informaatio, jotta oikeat päätökset koskien kilpailustrategiaa ja markkinoille menoa tulisi tehtyä. Yhtä tärkeää on myös päivittää ymmärrystä markkinoiden kehitymisestä sekä mahdollisista muutoksista. Systemaattinen ja hyvin suunniteltu markkinatiedon hankinta ja analysointi antavat luotettavia ja käyttökelpoisia tuloksia yritysjohtoon päätöksenteon tueksi. (Puusa, Reijonen, Juuti & Laukkanen 2013, 55-56.)

4.1 Dachser Finland Oy

Dachser on vuonna 1930 perustettu logistiikkapalveluja tarjoava perheyritys. Nimi tulee yhtiön perustajan Thomas Dachserin mukaan. Yrityksen pääkonttori sijaitsee Saksan Kemptenissä ja yrityksen palveluksessa työskentelee maailmanlaajuisesti noin 25 000 työntekijää lähes 500 eri toimipaikassa. Dachser on yksi logistiikka-alan globaaleista johtajista, joka on saavuttanut asemansa perustamalla uusia toimipisteitä sekä tekemällä yritysostoja ympäri maailman. (Dachser 2016a.) Yritysostolla pyritään päästä nopeasti markkinoille tai kasvattaa markkinaosuutta. Se on myös yleisin tapa toteuttaa sijoitusmuotoista kansainvälistymistä. (Viitala & Jylhä 2013, 135.) Missio on yrityksen perustehtävä. Missio kertoo, mitä varten yritys on olemassa (Viitala & Jylhä 2013, 387). Dachserin missio on luoda maailman älykkäin ja tehokkain logistiikkapalveluverkosto. Vahvat verkostot maailmanlaajuisesti sekä korkeat toimitusten laatutasot ovat Dachserin tärkeimpiä vahvuuksia. Lisäksi yrityksellä on käytössä IT-ratkaisut, jotka tekevät lähetysten seurannasta helppoa. (Dachser 2016a.)



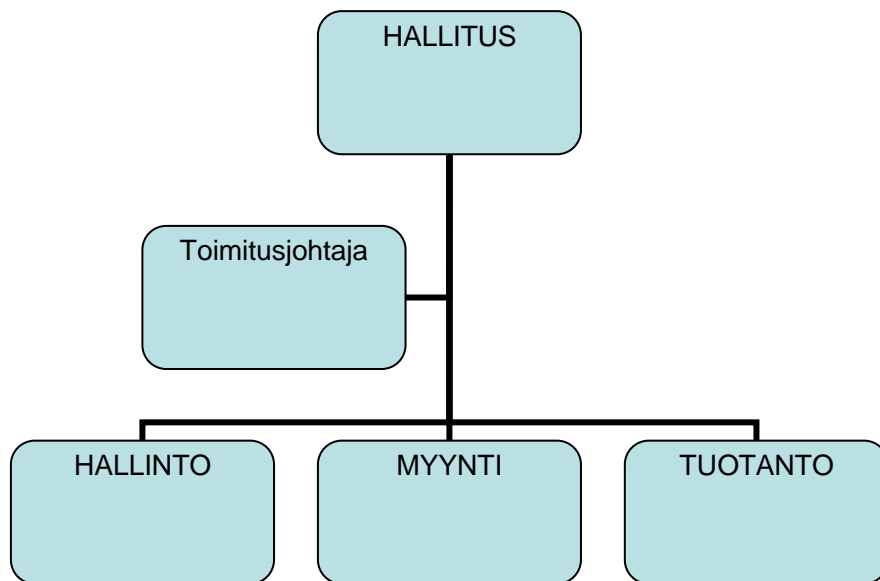
Kuvio 5. Dachser-palvelut

Dachser Finland Oy on vuonna 2014 Suomeen perustettu yritys, joka keskittyy maantie-kuljetuksiin Suomessa ja Euroopassa. Dachserin sisällä yritys kuuluu European Logistics -liiketoiminta-alueeseen (kuvio 5). Yrityksen toimipaikka sijaitsee Vantaalla ja sen huolinta-palveluihin kuuluvat vienti, tuonti ja varastointi sekä kotimaan kuljetukset. Lähetyksiä yri-tyksellä on yli 90 000 vuodessa. Dachser Finland Air & Sea Logistics Oy on Suomessa toimiva sisaryhtiö, joka vastaa meri- ja lentokuljetuksista. Dachser Finland Oy:n omistaa Dachser SE sekä ACE Logistics Group. Dachser Finland Oy käyttää kotimaan kuljetuksis-sa suomalaista kuljetusyritystä, koska omaa kalustoa sillä ei vielä Suomessa ole käytös-sä. (Dachser 2016b.)

4.1.1 Yrityksen tavoitteet ja toimintaperiaate

Mahdollisimman suurta lisäarvoa tuottavat sekä korkealaatuiset kuljetusratkaisut ja logis-tiikkapalvelut ovat yrityksen keskeisiä tavoitteita. Toiminta perustuu vahvaan luottamuk-seen ja rakentavaan yhteistyöhön työntekijöiden välillä. Suvaitsevaisuus, inhimillisyys ja kestävä hallintotapa ovat yrityksen kulttuurin ominaispiirteitä. Myös työntekijöiden sitoutu-minen työhönsä ja Dachserin sitoutuminen työntekijöihinsä ovat tekijöitä, jotka tekevät siitä luotettavan logistiikkakumppanin kaupan ja teollisuuden alan yrityksille. (Dachser 2016a.)

4.1.2 Organisaatiorakenne



Kuvio 6. Dachser Finland Oy:n organisaatiorakenne

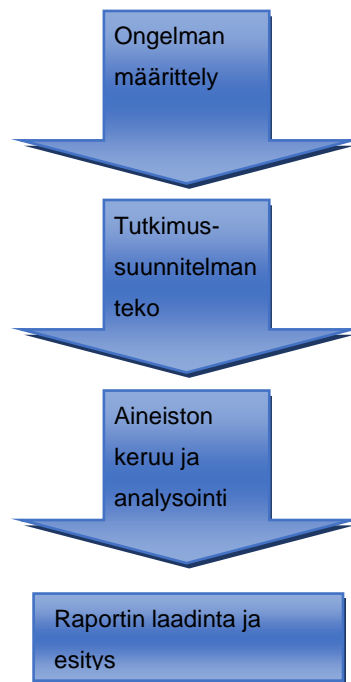
Yksi organisaatioiden rakenteellisista ratkaisuksista on yksinkertainen rakenne. Sitä käytetään tyypillisesti pienissä ja keskisuurissa yrityksissä. Yksinkertaisessa organisaatiorakenteessa on matala hierarkia ja suorat yhteydet toimitusjohtajan ja organisaation muiden toimijoiden välillä. (Tienari & Meriläinen 2009, 135.) Yksinkertainen organisaatiorakenne on käytössä Dachser Finlandilla Oy:llä (kuvio 6). Dachser Finland Oy:ssä työskentelee noin 10 henkilöä ja organisaatio on jaettu hallinnon, myynnin ja tuotannon osastoihin. Toiminnasta vastaa toimitusjohtaja Tuomas Leimio. (Dachser 2016b.)

4.2 SKAL suoritealat ry

SKAL suoritealat ry on kotimaan ja ulkomaan sopimus- ja säiliöliikennettä harjoittavien kuljetusyrittäjien oma erikoisjärjestö sekä Suomen Kuljetus ja Logistiikka SKAL ry:n jäsenyhdistys. SKAL suoritealat ry:llä on noin 700 kuljetusyrittäjää ja kuljetusliikettä, joilla on ammattiliikenteessä yhteensä 2500 kuljetusyksikköä. Jäsenyritykset ovat tyypillisiä kotimaisia pk-yrityksiä. Jäsenet saavat kuljetustalouteen ja tekniikkaan, lainsäädäntöön, verotukseen ja liikennelupa-, työmarkkina- sekä ulkomaanliikenteen kysymyksiin liittyviin asioihin neuvontaa eri kuljetussuoritealoilla. (SKAL 2015.)

4.3 Markkinatutkimusprosessi

Markkinatutkimus on olennainen osa yrityksen johtamiseen liittyvää päätöksentekoa. Markkinatutkimus voi olla esimerkiksi kertaluonteinen, jaksottainen tai jatkuva. Jos markkinatutkimus on kertaluonteinen, niin se toteutetaan yhden kerran ja ajallinen vertailukelpoisuus jätetään huomioimatta. (Puusa ym. 2011, 56.) Alla oleva kuvio (kuvio 7) havainnollistaa, kuinka markkinatutkimusprosessi etenee.



Kuvio 7. Markkinatutkimusprosessi (Puusa ym. 2011, 57)

Ongelman tunnistaminen ja määrittely ovat markkinatutkimusprosessin ensimmäinen vaihe, jonka jälkeen tehdään tutkimussuunnitelma. Tutkimussuunnitelmassa kuvataan, kuinka tarvittava informaatio saadaan ja mitä analyysimenetelmiä käytetään havaitun ongelman ratkaisemiseksi. Aineistoa voidaan hankkia joko valmiista tilastoista tai keräämällä aineisto itse. Varsinaista oman aineiston keräämistä ei tarvita, jos olemassa oleva tieto on riittävää. Jos ongelman ratkaiseminen vaatii tietoa, jota ei ole tarjolla, niin olemassa olevaa tietoa on täydennettävä tai kerättävä koko aineisto itse. Aineiston käsittely ja analyysi alkaa, kun aineisto on kerätty. Markkinatutkimusprosessin viimeinen vaihe on kirjallinen raportti, jossa kuvataan keskeiset löydökset ja esitetään tulosten perusteella päätelmät. (Puusa ym. 2011, 58.)

4.4 Tutkimusongelma- ja aineisto

Tutkimusmenetelmän ensisijaisesti ratkaisevat tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite. Kysymykseksi muotoiltu pohdittava asia, johon tutkimuksella pyritään saamaan ratkaisu, on tutkimusongelma. Ei ole olemassa yhtä oikeaa menetelmällistä ratkaisua tutkimusongelman selvittämiseksi. Käyttökelpoisia vaihtoehtoja voi olla paljon ja valinta niiden välillä vaikea. Monesti valinta on lähestymistavasta sekä näkökulmasta riippuvaa tutkimustavoitteiden ja resurssien asettamien rajoitusten yhteensovittamista. (Heikkilä 2014, 12.)

Tutkimusaineisto on empiiristä tutkimusta varten hankittuja käsittelemättömiä tietoja. Aineisto voi olla primaarista eli tutkimusta varten kerättyä tai sekundaarista eli alun perin johonkin toiseen tarkoitukseen hankittua. Havaintoaineisto muodostuu tutkimusyksiköiden, joita ovat esimerkiksi henkilö, yritys tai tuote, tiedoista. (Heikkilä 2014, 13.)

Tämän tutkimuksen päätutkimusongelmana oli: ”Mihin Euroopan maihin ja miten usein suomalaiset pk-kuljetusyritykset liikennöivät?” Tarkoituksena oli kartoittaa potentiaalisia alihankkijoita tutkimuksen toimeksiantajalle.

Tutkimusaineisto kerättiin pk-kuljetusyrityksiltä SKAL suoritealat ry:n jäsenrekisterin kautta.

4.5 Tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivista tutkimusta käytetään, kun halutaan löytää yleistettäviä ja tilastollisesti merkitseviä tuloksia. Aineistoa kerätään tyypillisesti muun muassa puhelinhaastatteluin, postikyselyin, yksilöhaastatteluin sekä Internetin avulla. (Puusa ym. 2011, 58-61.) Yleensä standardoidut tutkimuslomakkeet valmiine vastausvaihtoehtoineen ovat käytössä aineistonkeruussa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa asioita kuvataan käyttämällä apuna numeerisia suureita ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioiden. Myös asioiden väliset riippuvuudet tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneet muutokset usein selvitetään. Tiedot voidaan hankkia muiden keräämistä tilastoista, rekistereistä tai tietokannoista kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tiedot voidaan myös kerätä itse. Valmiit aineistot ovat usein sellaisessa muodossa, ettei niitä voida käyttää suoraan kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tietoja saatetaan joutua tarkistamaan, muokkaamaan ja yhdistelemään ennen niiden käyttöä. Valmiiden aineistojen tiedot voivat olla riittämättömiä tai tietojen yhteensovittaminen tutkimuksen kysymyksenasetteluihin voi olla niin haastavaa, että niitä käytetään vain vertailutietoina itse kerättyjen aineistojen kanssa. Empiirisessä tutkimuksessa oman aineiston kerääminen onkin varsin tavallista. (Heikkilä 2013, 15-16.)

Tutkimusongelman perusteella on päätettävä, mikä on kohderyhmä ja mikä aineistonkeruumenetelmä tilanteeseen parhaiten soveltuu. Internetin kautta tehtävät kyselyt ovat viime vuosina yleistyneet nopeasti. Niitä voidaan kuitenkin soveltaa vain sellaisten perusjoukkojen tutkimisessa, joilla on mahdollisuus internetin käyttöön. Usein ongelmallista on kohdentaa kysely tutkimuksen kohderyhmälle. Tutkijan on ratkaistava, kuinka tutkittaville saadaan tieto tutkimuksesta ja miten estetään mahdollisimman hyvin otokseen kuulumattomien henkilöiden vastaaminen. Myös saman henkilön vastaaminen useaan kertaan on estettävä. (Heikkilä 2013, 17.)

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen tutkimusote, koska tarkoituksena oli kartoittaa suuresta määrästä kuljetusyrityksiä niiden liikennettä ja toimintatapoja Eurooppaan. Yrityksille lähetettiin sähköpostikysely SKAL suoritealat ry:n välittämänä, koska kyseiset yritykset ovat sen jäseniä.

4.6 Kyselylomake

Ennen kuin kyselylomakkeen laatiminen aloitetaan, niin tutkimuksen tavoite on oltava selvillä. Tutkijan on tiedettävä, mihin kysymyksiin hän etsii vastauksia ja varmistettava, että tutkittava asia saadaan selvitettyä tutkimuslomakkeen kysymysten avulla. Lisäksi on syytä miettiä, pitääkö varmistaa vastausten johdonmukaisuus kontrollikysymyksillä.

Tutkimuslomakkeen laatimisen vaiheet ovat seuraavat:

- Nimetään tutkittavat asiat
- Suunnitellaan lomakkeen rakenne
- Muotoillaan kysymykset
- Testataan lomake
- Korjataan lomakkeen rakenne ja kysymykset
- Lopullinen lomake

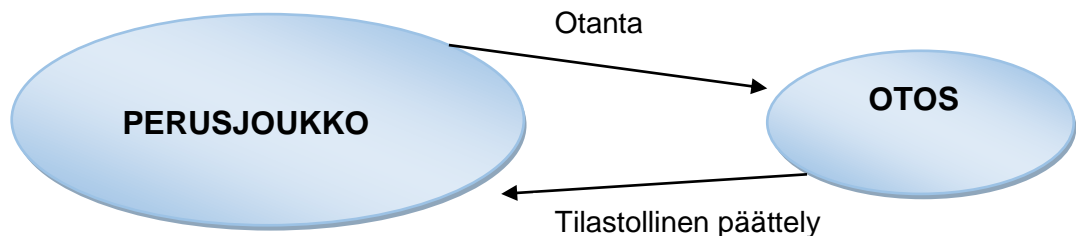
Tutkimuksen onnistumisen kannalta olennaista on tehdä hyvät kysymykset ja valita oikea kohderyhmä. (Heikkilä 2014, 45-46.)

Suljetuissa eli vaihtoehdot antavissa kysymyksissä on valmiit vaihtoehdot, joista ympyröidään tai rastitetaan sopiva tai sopivat. Näistä kysymyksistä käytetään myös nimeä strukturoidut kysymykset. Suljetut kysymykset ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kun vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen ja kun niitä on rajoitetusti. Suljettujen kysymysten tarkoitus on myös torjua virheitä. Kysymystä sanotaan dikotomiaksi, jos vaihtoehtoja on vain kaksi ja monivalintakysymykseksi, jos vastaaja voi valita useita vaihtoehtoja. (Heikkilä 2014, 47.)

Kyselylomakkeeseen pyrittiin tekemään mahdollisimman yksinkertaisia kysymyksiä ja niitä suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kyselylomakkeessa oli 10 monivalintakysymystä, jonka lisäksi vastaajalla oli halutessaan mahdollisuus jättää yhteystiedot kyselyn lopuksi. Kyselylomake tehtiin SurveyMonkey-kyselytyökalun avulla ja linkki kyselyyn lähetettiin sähköpostitse kohdeyrityksille SKAL suoritealat ry:n kautta, kuten luvussa 4.5 mainitaan. Kyselytutkimuksen runko on liitteenä tämän tutkimuksen lopussa.

4.7 Tutkimuksen otanta

Perusjoukko (kuvio 8) on tutkimuksessa se tutkittava kohdejoukko, josta tietoa halutaan. Perusjoukko pitää määrittää ensin tarkasti ennen kuin siitä pystytään valitsemaan mahdollisimman edustava otos. Kun perusjoukko on määritetty, pitää selvittää, onko perusjoukosta olemassa kattava rekisteri ja voidaanko tietoja rekisteristä käyttää tutkimuksessa hyväksi. Otos ei ikinä voi täysin tarkasti kuvata perusjoukkoa. Tulokset, jotka otoksesta saadaan, ovat voimassa koko perusjoukossa vain tietyllä todennäköisyydellä. Kaikkien yksiköiden tavoitettavuus voi olla käytännössä mahdotonta, vaikka perusjoukko pystyttäisiin määrittelemään yksiselitteisesti. Kaikki kiinnostuksen kohteena olevat yksiköt lasketaan kohdeperusjoukkoon ja ne yksiköt, jotka voidaan käytännössä tavoittaa kuuluvat kehikko-perusjoukkoon. (Heikkilä 2014, 32.)



Kuvio 8. Otantatutkimus (Heikkilä 2014, 33)

Virheellinen otantamenetelmä saattaa aiheuttaa esimerkiksi systemaattisia virheitä tuloksiin ja siksi käytettävä otantamenetelmä on harkittava tarkasti. Otannan vaiheet ovat: (Heikkilä 2014, 32-33.)

- Perusjoukon määrittäminen
- Perusjoukkoa kuvaavan rekisterin selvittäminen

- Otosyksikön määrittäminen
- Otosmenetelmän valinta
- Otoksen koon ratkaiseminen
- Toteutuksen suunnittelu
- Otannon suorittaminen

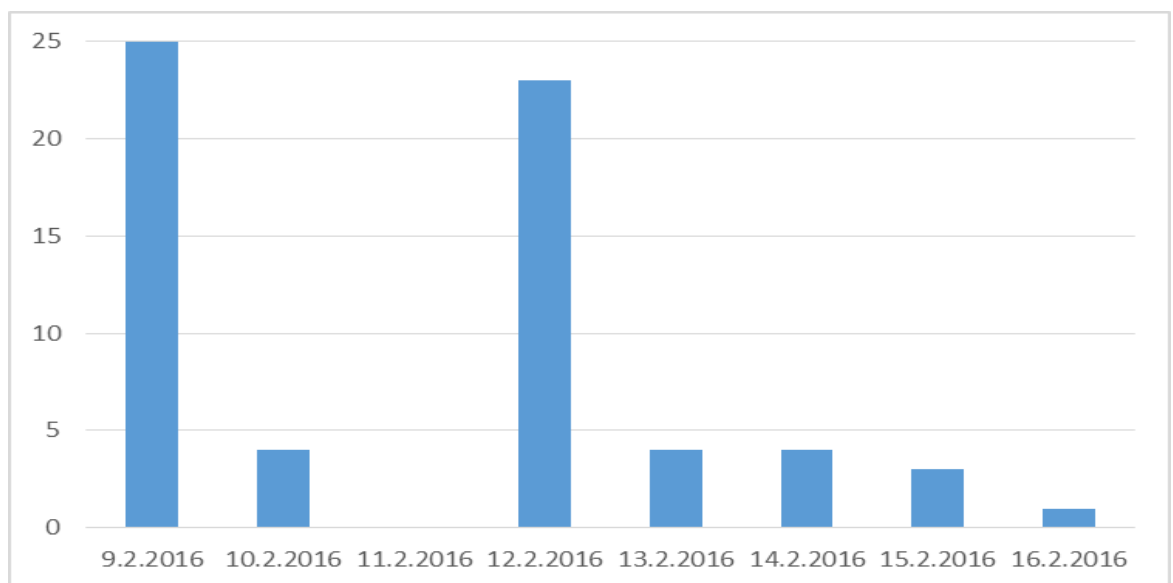
Täsmällistä tulosta otokseen perustuva tutkimus ei anna koskaan täysin, vaan se estimaatin eli arvion. Poistuman vaikutus on otettava huomioon otoskokoa määriteltäessä, koska harvoin päästään 100 prosentin vastausprosenttiin. Tuloksiin aiheuttaa aina harhaa vastaamattomuus, sillä vastaamatta jättäneet ovat joiltakin ominaisuuksiltaan erilaisia kuin ne, jotka ovat kyselyyn vastanneet. Tämän johdosta aineiston edustavuutta ei korjaa sen suuri koko. (Heikkilä 2013, 39-40.)

Tutkimuksen kohderyhmäksi valikoituivat SKAL suoritealat ry:n jäsenyritykset. Valittuun kohderyhmään kuuluivat Eurooppaan säännöllisesti liikennöivien kuljetusyritysten lisäksi pääosin kotimaassa liikennöiviä kuljetusyrityksiä. Valitun kohderyhmän avulla pyrittiin selvittämään, mihin Euroopan maihin suomalaiset kuljetusyritykset liikennöivät ja miten usein. Kuten luvussa 4.6 mainitaan, kyselytutkimus lähetettiin yrityksille sähköpostina. Kysely lähetettiin noin 600 kuljetusyrityksille ja vastauksia tuli 64, joten otoskoko oli näin ollen riittävä tutkimuksen toteutuksen kannalta.

5 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää suomalaisten pk-kuljetusyritysten toimintatapoja. Tutkimuksen päätutkimusongelmana selvitettiin mihin Euroopan maihin ja miten usein suomalaiset pk-kuljetusyritykset liikennöivät. Alatutkimusongelmina tässä opinnäytetyössä tutkittiin minkälaista ja miten paljon kuljetuskalustoa kuljetusyrityksillä on, mikä on ulkomaankuljetusten osuus kuljetusyritysten kaikista maantiekuljetuksista sekä mitä palveluja kuljetusyritykset tarjoavat ulkomaan kuljetuksia varten. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimusmenetelmän valintaan vaikutti se, että tutkittavia oli numeerisesti suuri määrä ja niistä haluttiin saada määrällistä tietoa.

Sähköpostikysely lähetettiin SKAL suoritealat ry:n kautta noin 600 kuljetusyritykselle. Kyselyyn vastasi 64 yritystä, joten vastauksia tuli melko hyvin siihen nähden, että kysely toteutettiin sähköpostin avulla. Kyselyssä 41 yritystä vastasi operoivansa Eurooppaan, joten 23 kyselyyn vastanneista yrityksistä ei operoinut ulkomailla. Kaikki eivät kuitenkaan vastanneet kyselyssä jokaiseen kysymykseen, mutta vastaajia oli kuitenkin riittävästi tulosten kannalta. Kuvio 9 havainnollistaa vastausten saapumista.

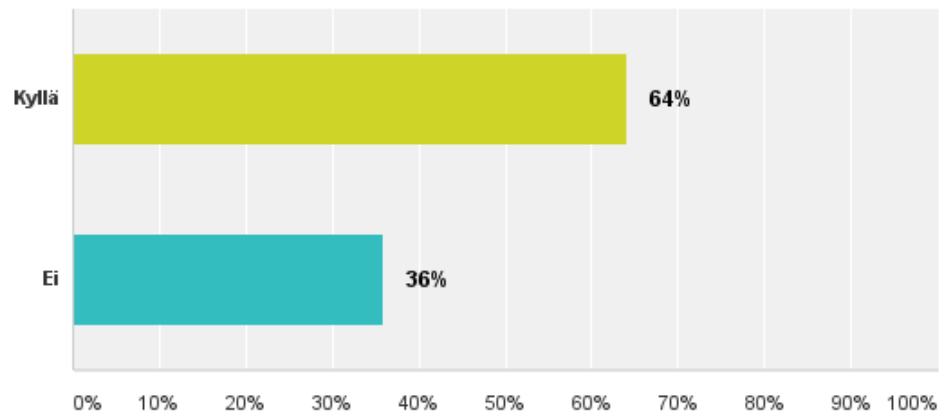


Kuvio 9. Vastaukset päivittäin

Ensimmäinen kysymys (kuvio 10) oli aseteltu muotoon ”Operoiko kalustonne ulkomailla?”. Jos kysymykseen vastasi kielteisesti, niin kysely päättyi vastaajan osalta, koska tutkimuksessa haluttiin saada tietoa Eurooppaan liikennöivistä kuljetusyrityksistä.

Q1 Operoiko kuljetuskalustonne ulkomailla (Eurooppa)?

Vastattu: 64 Ohitettu: 0

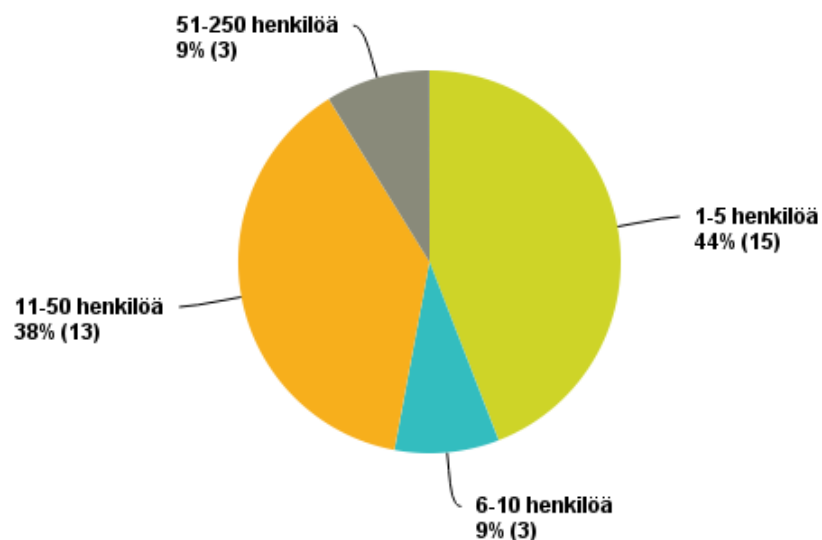


Kuvio 10. Kyselyyn vastanneet yritykset

Kyselyn ensimmäiseen kysymykseen myöntävästi vastanneiden eli Eurooppaan liikennöivien kuljetusyritysten koko jakaantui seuraavasti:

Q9 Yrityksenne koko?

Vastattu: 34 Ohitettu: 30



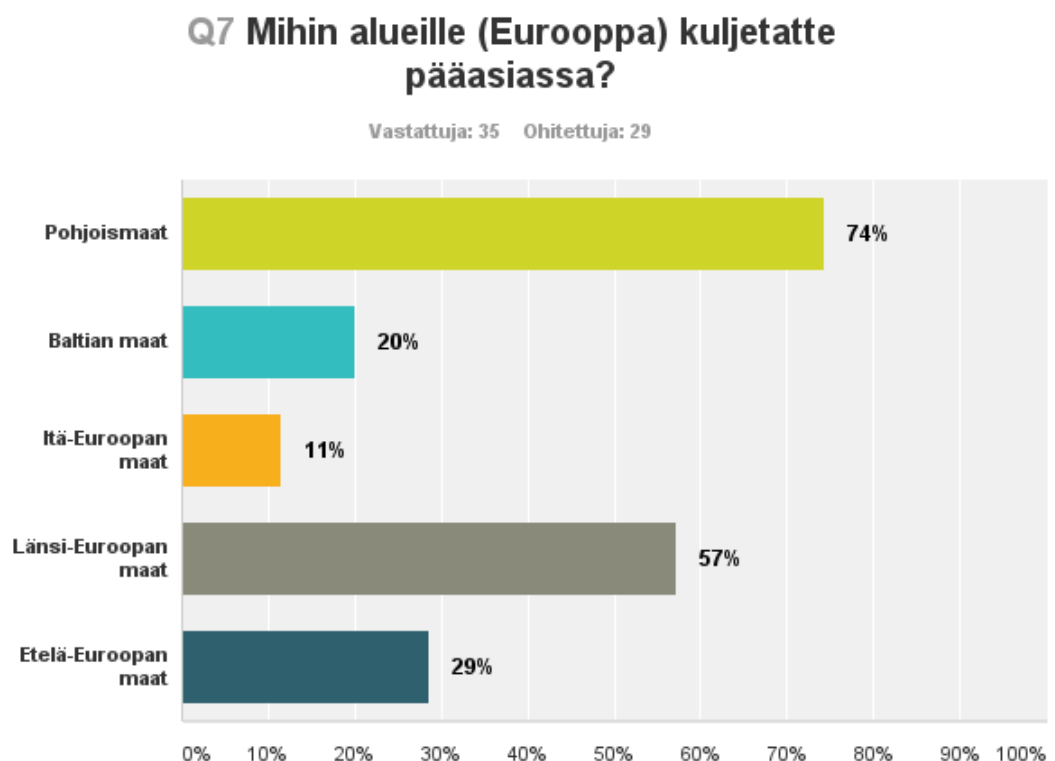
Kuvio 11. Kyselyyn vastanneiden yritysten kokojakauma

Ensimmäiseen kysymykseen myöntävästi vastanneista 41 yrityksestä 7 jätti vastaamatta kysymykseen, jossa kysyttiin yrityksen kokoa. Kokojakaumasta selviää (kuvio 11), että vastanneista yli 90 prosenttia on pieniä yrityksiä ja loput keskisuuria yrityksiä.

Tutkimuksen onnistumisen kannalta oli tärkeää, että suuri osa kyselyyn vastanneista liikennöi Eurooppaan, koska tutkimuksessa haluttiin vastauksia Suomesta ulkomaille operoivista kuljetusyrityksistä. Näiden vastaajien osalta kysely jatkui ensimmäisen kysymyksen jälkeen.

5.1 Tärkeimmät Euroopan maat maantiekuljetuksissa

Tämän tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää pk-kuljetusyritysten maantiekuljetuksia Eurooppaan. Erityisesti haluttiin saada tietoa, mihin maihin kuljetusyritykset liikennöivät Euroopassa. Tutkimuskyselyssä pyydettiin vastaajia nimeämään Euroopan alueet, missä yritysten kalusto operoi pääasiassa ja 1-5 tärkeintä Euroopan maata, missä yritysten kalusto operoi vähintään kerran viikossa. Vastausvaihtoehtoina oli myös Venäjä sekä Turkki, vaikka ne sijaitsivat maantieteellisesti vain osittain Euroopan mantereella. Ne otettiin kyselyyn kuitenkin mukaan. Toisaalta kumpikaan maista eivät vastausten perusteella olleet kuljetusyrityksille tärkeitä maantiekuljetuksissa.

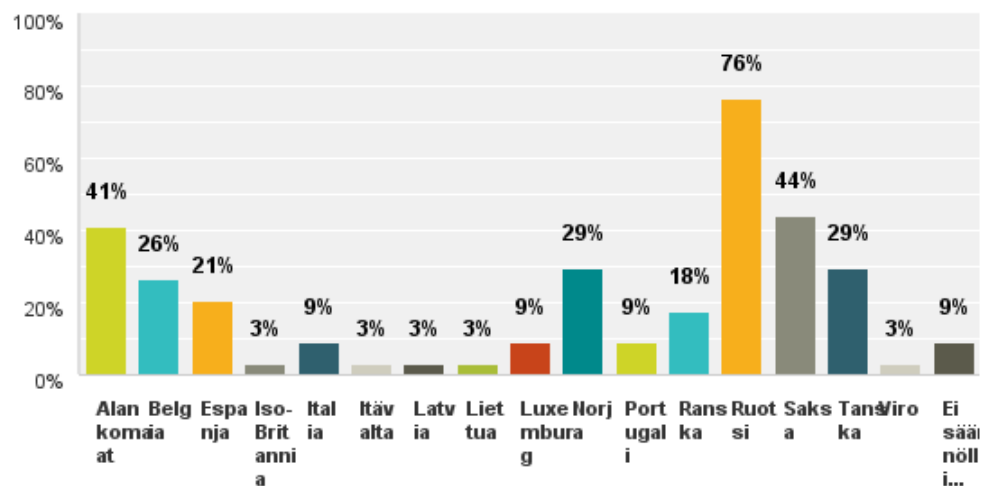


Kuvio 12. Tärkeimmät Euroopan alueet

Kysymykseen, jossa yrityksiä pyydettiin nimeämään Euroopan alueet, joissa niiden kalusto operoi pääasiassa, jätti vastaamatta 6 yritystä. Kuviosta 12 selviää, että Pohjoismaat on suomalaisille kuljetusyrityksille tärkeä alue. Myös Länsi-Euroopan maat näyttää vastausten perusteella olevan tärkeä alue yrityksille. Vähiten liikennettä vastausten perusteella on Itä-Euroopan maissa. Euroopan maista tärkeimmät maat (kuvio 13) näyttäisi vastausten perusteella olevan Ruotsi, Saksa ja Alankomaat. Myös Belgia, Espanja, Norja, Ranska ja Tanska ovat yrityksille tärkeitä maita. Yhdeksällä prosentilla vastaajista ei tulosten perusteella ole säännöllistä liikennettä Eurooppaan.

Q8 Valitse 1-5 tärkeintä maata (Eurooppa), missä kalustonne operoi säännöllisesti(vähintään kerran viikossa)?

Vastattuja: 34 Ohitettuja: 30



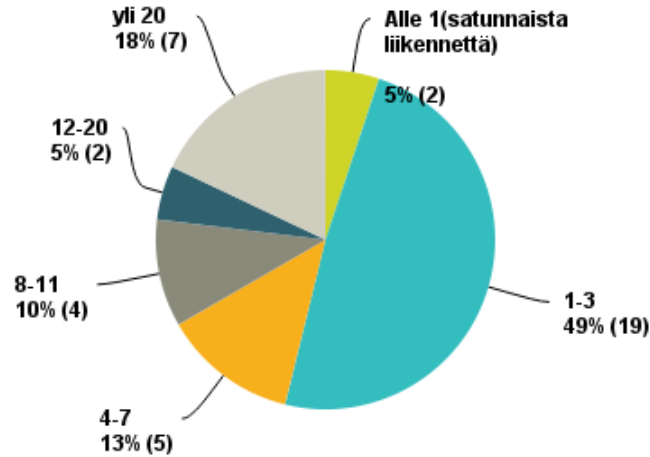
Kuvio 13. Yritysten tärkeimmät kohdemaat Euroopassa

5.2 Kuljetusmäärät ja kuljetusosuudet Euroopan maantiekuljetuksissa

Tutkimuksen lähtökohtana oli myös selvittää, kuinka usein kuljetusyritykset liikennöivät Eurooppaan (kuvio 14). Kysymykseen siitä, kuinka monta maantiekuljetusta ulkomaille yrityksillä on keskimäärin viikossa, jätti vastaamatta 2 yritystä. Lähes puolet yrityksistä ilmoitti liikennöivänsä 1-3 kertaa keskimäärin viikossa ulkomaille. Yrityksistä noin viidenes vastasi liikennöivänsä yli 20 kertaa ulkomaille keskimäärin viikossa, joten vastaajien joukossa oli suhteessa melko paljon yrityksiä, jotka operoivat usein Suomen ulkopuolelle.

Q4 Kuinka monta maantiekuljetusta ulkomaille (Eurooppa) yrityksellänne on keskimäärin viikossa?

Vastattu: 39 Ohitettu: 25

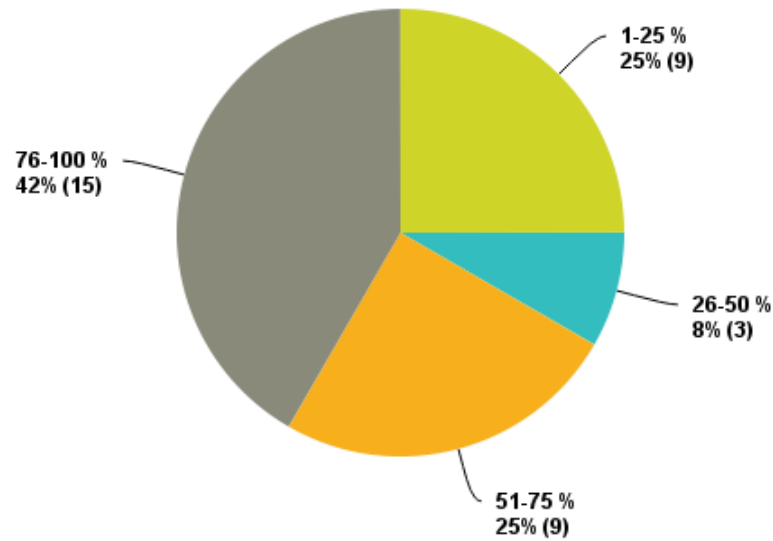


Kuvio 14. Kuljetukset keskimäärin viikossa Eurooppaan

Tutkimuksessa selvitettiin ulkomaankuljetusten osuutta kuljetusyritysten kaikista maantiekuljetuksista (kuvio 15). Tähän kysymykseen jätti vastaamatta 5 yritystä. Vastausten perusteella ulkomaankuljetusten osuus on 76-100 prosenttia lähes puolella vastaajista. Lisäksi neljännes yrityksistä vastasi ulkomaanliikenteen osuudeksi 51-75 prosenttia, joten vientikuljetukset ovat tulosten perusteella merkittävä osa kuljetusyritysten liiketoimintaa. Toisaalta yrityksistä neljännes vastasi ulkomaankuljetusten osuudeksi 1-25 prosenttia kaikista maantiekuljetuksista, joten joukossa oli myös kuljetusyrityksiä, jotka eivät ole kovin vientivetoisia.

Q6 Ulkomaanliikenteen (Eurooppa) osuus kaikista yrityksenne maantiekuljetuksista?

Vastattu: 36 Ohitettu: 28



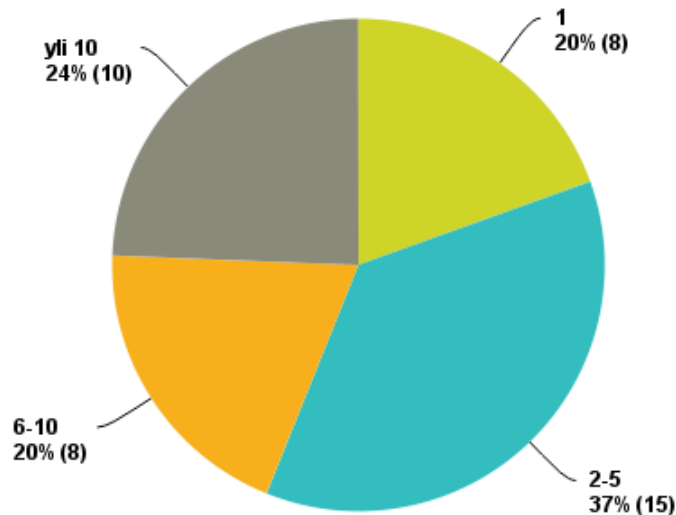
Kuvio 15. Ulkomaanliikenteen osuus kaikista yritysten maantiekuljetuksista

5.3 Kuljetuskalusto ja -palvelut ulkomaankuljetuksia varten

Tutkimuksessa kysyttiin yrityksiltä, kuinka paljon kuljetuskalustoa niillä on maantiekuljetuksia varten Eurooppaan (kuvio 16). Tähän kysymykseen vastasi kaikki. Viidesosalla yrityksistä oli kalustoa vain yksi kappale ulkomaanliikennettä varten. Toisaalta lähes neljäsosalla oli kalustoa yli 10 kappaletta, joten vastaajista monella kuljetusyrityksellä oli paljon kalustoa ulkomaankuljetuksia varten. Suurimmalla osalla vastaajista (37 %) oli kuljetuskalustoa 2-5 kappaletta ulkomaankuljetuksia varten.

Q2 Kuinka paljon yrityksellänne on kalustoa maantiekuljetuksia varten ulkomaille (Eurooppa)?

Vastattuja: 41 Ohitettuja: 23

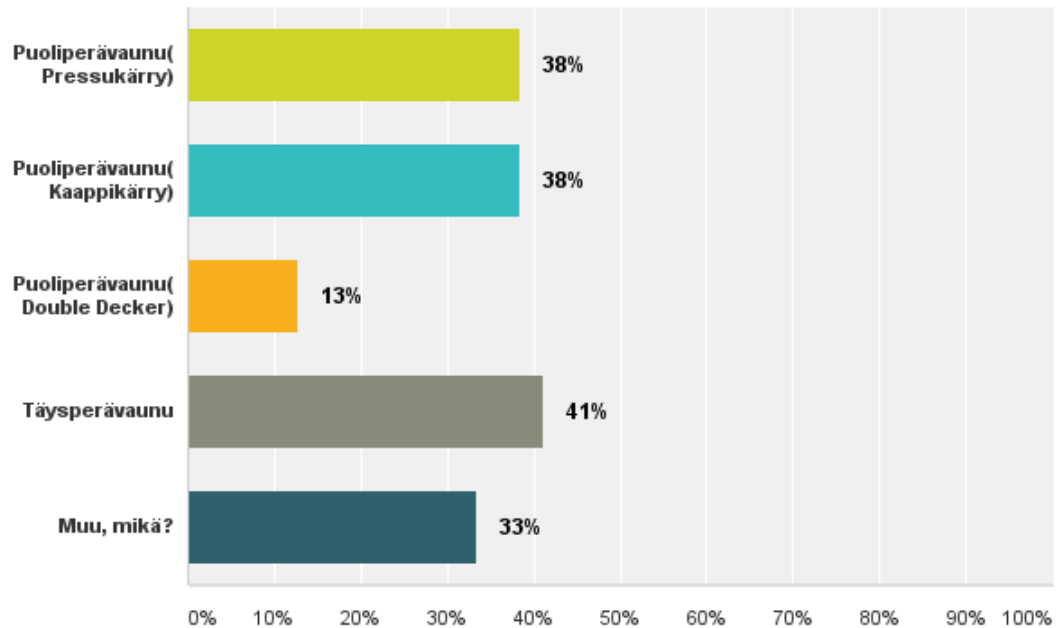


Kuvio 16. Yritysten kuljetuskalusto Euroopan maantiekuljetuksia varten

Kuten alaluvussa 2.2.3 mainitaan, suurten tavaramäärien vientiin maantiekuljetuksissa käytetään ajoneuvoyhdistelmiä, joita ovat täysperävaunu- ja puoliperävaunuyhdistelmät. Tutkimuksessa selvitettiin yrityksiltä, minkälaista kalustoa niillä on ulkomaankuljetuksia varten (kuvio 17). Tähän kysymykseen jätti vastaamatta kaksi yritystä. Yleisimpien ajoneuvoyhdistelmien täysperävaunu- ja puoliperävaunuyhdistelmien lisäksi kysymyksessä oli avoin vastausvaihto, jonka vastausten perusteella yrityksillä on käytössä melko paljon erikoiskuljetuskalustoa ulkomaankuljetuksia varten.

Q3 Minkälaista kalustoa yrityksellänne on maantiekuljetuksia varten ulkomaille (Eurooppa)?

Vastattu: 39 Ohitettu: 25

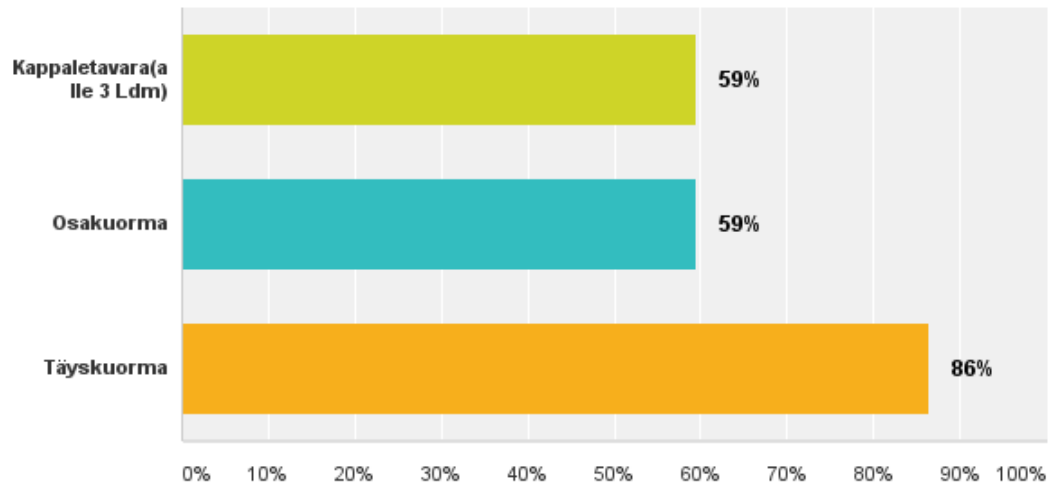


Kuvio 17. Yritysten kalusto Euroopan kuljetuksia varten

Tutkimuksessa selvitettiin, minkälaisia palveluita yritykset tarjoavat. Tähän kysymykseen jätti vastaamatta 4 yritystä. Yritykset tarjoavat palveluista eniten tutkimuksen perusteella täyskuormia (kuvio 18). Osa- ja kappaletavarakuorma keräsivät ääniä yhtä paljon ja niitäkin yritykset tarjoavat suhteellisen paljon.

Q5 Mitä seuraavista palveluista tarjoatte?

Vastattuja: 37 Ohitettuja: 27

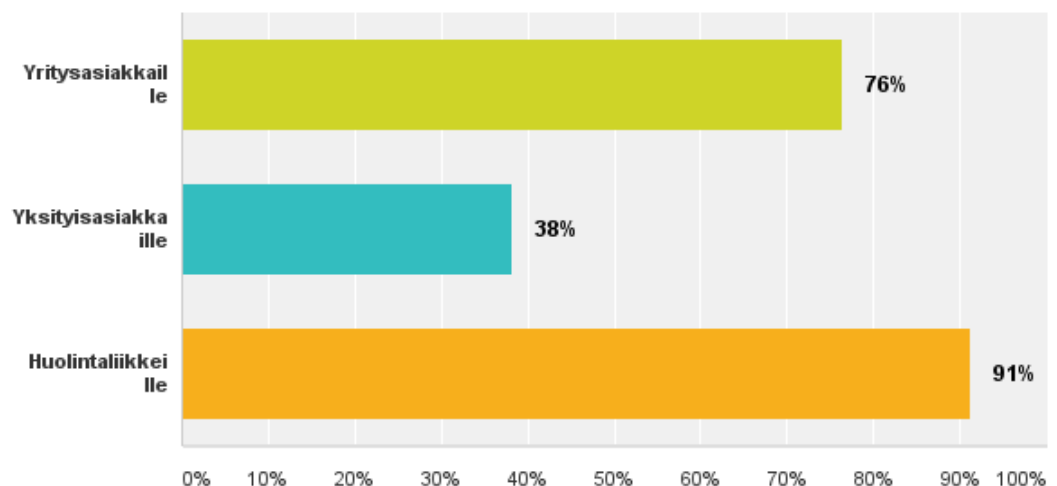


Kuvio 18. Yritysten tarjoamat palvelut

Tutkimuksessa selvitettiin, kenelle kuljetusyritykset myyvät palveluita. Kysymykseen jätti vastaamatta 7 yritystä. Vastausten perusteella huolintaliikkeit sekä yritysasiakkaat ovat kuljetusyritysten tärkeimmät asiakkaat (kuvio 19). Myös yksityisasiakkaille myydään tulosten perusteella palveluita kohtalaisen paljon.

Q10 Yrityksenne myy palveluita

Vastattuja: 34 Ohitettuja: 30



Kuvio 19. Kuljetusyritysten asiakkaat

6 Pohdinta

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää, mihin Euroopan maihin ja miten usein suomalaiset pienet ja keskisuuret kuljetusyritykset liikennöivät. Tutkimuksen tavoitteena oli löytää potentiaaliset Eurooppaan liikennöivät kuljetusyritykset, joita Dachser Finland Oy voisi lietoiminnassaan mahdollisesti käyttää hyödyksi. Osa vastaajista jättikin kyselylomakkeen yhteydessä yhteystiedot.

6.1 Yhteenveto

Tutkimuksen vastausten perusteella ulkomaankuljetusten osuus on suuri kuljetusyritysten kaikista maantiekuljetuksista. Pohjoismaat on tärkeä alue vientikuljetuksissa ja erityisesti Ruotsin merkitys on suuri. Tulos oli varsin odotettava, koska Suomen sijaitsee maantieteellisesti Pohjoismaissa ja yhteydet erityisesti Ruotsiin ovat hyvät. Ruotsin kautta ajetaan varmasti myös kuljetuksia, koska kuljetusreitti Keski-Eurooppaan menee Ruotsin kautta, kuten alaluvussa 2.2.2 mainitaan. Maantiekuljetuksia tehdään myös paljon Länsi-Eurooppaan, missä erityisesti Saksa ja Alankomaat ovat tärkeitä vientimaita. Luvussa 3 mainitaan, että Suomen tärkeimmät kauppakumppanit ovat muun muassa Ruotsi, Saksa ja Alankomaat, joten tämä käy ilmi myös tutkimuksen tuloksista.

Euroopassa on kuitenkin lukuisia maita, jotka eivät tulosten perusteella ole kuljetusyrityksille kovin tärkeitä tai joihin ei ole säännöllistä liikennettä. Vaikka kuljetusyrityksillä on kohdallaisen paljon kuljetuskalustoa ulkomaankuljetuksia varten, niin viikoittaiset kuljetusmäärät ovat melko pienet kaluston määrään nähden: puolet yrityksistä operoi kolme kertaa tai vähemmän viikossa ulkomaille. Tähän vaikuttaa varmasti osaltaan myös Suomen syrjäinen sijainti, kuten alaluvussa 2.2.2 mainitaan. Huolintaliikkeet ovat tutkimuksen perusteella kuljetusyritysten tärkeimpiä asiakkaita ja kuten kappaleessa 2.1 kerrotaan, niin kansainvälisen kaupankäynnin kannalta huolinta-ala on Suomelle erittäin tärkeä. Huolintalan tärkeys tulee näin ollen esille myös vastauksista. Myös muut yritysasiakkaat eli niin sanotut b2b-asiakkaat ovat kuljetusyrityksille ulkomaankuljetuksissa tärkeitä kauppakumppaneita.

Tutkimuskyselyssä 41 yritystä ilmoitti kalustonsa operoivan Euroopassa, joten tutkimuksen avulla saatiin tietoa, minne suomalaiset pk-kuljetusyritykset liikennöivät. Määrä on hyvä, koska kyseiset yritykset voivat toimia mahdollisesti jatkossa toimeksiantajan alihankkijoina vientikuljetuksissa. Luvussa 3 puhutaan verkostoitumisen tärkeydestä ja esimerkiksi kuljetusyrityksille verkostoituminen toimeksiantajan kautta voi vaikuttaa vientikuljetuksiin positiivisesti ja siten edesauttaa kuljetusyritysten kansainvälistymistä. Kuten lu-

vussa 3.2 mainitaan, toiminnan siirtäminen ulkomaille voi toimia sysäyksenä yrityksen kansainvälistymiselle. Lisäksi luvussa 3 mainitaan, että kun yritys haluaa saavuttaa päämäärät muun muassa kannattavuudessa ja kasvussa, niin kansainvälistyminen on yksi keskeisistä keinoista. Kyselyn ensimmäiseen kysymykseen ”operoiko kalustonne ulkomaille?” vastanneiden on syytä pohtia, kannattaisiko kasvua hakea kansainvälistymisen avulla eli alkaa mahdollisesti ajamaan maantiekuljetuksia Suomesta muualle Eurooppaan.

Vain 10 yritystä jätti yhteystietonsa kyselyssä, mikä on toimeksiantajan sekä kuljetusyritysten kannalta harmi, koska yhteystietojen jättäminen olisi helpottanut sekä toimeksiantajan että kuljetusyritysten mahdollista yhteistyötä maantiekuljetuksissa.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimus on silloin onnistunut, kun siitä saadaan luotettavia vastauksia tutkimuskysymyksiin. Tutkimuksen pitää olla rehellinen, puolueeton ja sellainen, ettei siitä aiheudu vastaajille haittaa. (Heikkilä 2013, 27.) Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on erittäin tärkeää, että otos on edustava ja riittävän suuri, vastausprosentti on korkea, sekä kysymykset mittaavat oikeita asioita kattaen koko tutkimusongelman. Hyvälle tutkimusraportille on olennaista, että tutkija arvioi koko tutkimuksen luotettavuutta eli validiteettia ja reliabiliteettia käytettävissä olevien tietojen perusteella. Validiteetti kuvaa sitä, miten on onnistuttu mittaamaan sitä mitä pitikin mitata. Esimerkiksi kyselytutkimuksissa siihen vaikuttaa se, miten onnistuneita kysymykset ovat eli saadaan niiden avulla tutkimusongelmaan ratkaisu. Reliabiliteetti taas määrittellään kyvyksi tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Sisäinen reliabiliteetti voidaan tutkimuksessa todeta mittaamalla sama tilastoyksikkö useamaan kertaan. Mittaus on reliaabeli, jos mittauks tulokset ovat samat. Ulkoinen reliabiliteetti tutkimuksessa tarkoittaa sitä, että mittaukset ovat toistettavissa myös muissa tutkimuksissa ja tilanteissa. Puutteellisen reliabiliteetin aiheuttavat yleensä satunnaisvirheet. Erilaiset käsittely- ja mittausvirheet sekä otanta aiheuttavat satunnaisvirheitä. Sitä sattumanvaraisempia tuloksia saadaan mitä pienempi on otos. Mittarin validiteettia alentaa alhainen reliabiliteetti, mutta reliabiliteetti on riippumaton validiudesta. (Heikkilä 2013, 178.)

Kyselylomake testattiin etukäteen ja se lähetettiin noin 600 yritykselle ja vastauksia tuli 64, joten vastausprosentti oli 10,7. Huomioitavaa on se, että noin 600 kohdeyrityksen joukossa oli lukuisia kuljetusyrityksiä, jotka liikennöivät pelkästään kotimaassa, joten tutkimus ei koskenut heitä laisinkaan. Vastaajista 41 ilmoitti kyselyssä operoivansa ulkomaille, joten otos on riittävä, mutta tuloksia voidaan kuitenkin pitää vahvasti suuntaa antavina.

Tässä opinnäytetyössä käytettyä teoriaa voidaan pitää validina, koska se käsittelee tutkimuksen aiheen kannalta olennaisia asioita kuten logistiikkaa, huolintaa, maantiekuljetuk-

sia, kuljetuskalustoa, kansainvälistä liiketoimintaa, globaalin toimitusketjun hallintaa, asiakaslähtöisyyttä globaalissa toimitusketjussa ja kansainvälisen liiketoimintaympäristön analysointia. Kyselytutkimuksessa saatiin myös ratkaisu tutkimusongelmaan. Tutkimuksessa käytettyä analyysimenetelmää voidaan pitää tutkimusaineistolle soveltuvana ja tutkimustulokset ovat toistettavissa.

Tämä tutkimus vastaa tutkimuksen pää- ja alatutkimusongelmiin, joten voidaan todeta, että tutkimus on onnistunut ja saavuttanut tavoitteensa. Tutkimustuloksilla on mahdollisesti liiketoiminnallista hyötyä jatkossa niin toimeksiantajalle kuin osalle vastaajistakin, koska kyseiset yritykset ovat potentiaalisia alihankkijoita toimeksiantajalle. Tutkimustulokset antavat tietoa siitä, minne suomalaiset kuljetusyritykset pääasiassa liikennöivät, joten tuloksista on hyötyä myös muille huolinta-alan yrityksille. Tutkimuksen tuloksia voidaan käyttää mahdollisten jatkotutkimusten aineistona. Tutkimuksessa on noudatettu eettisiä periaatteita ja voidaan katsoa haastateltavien anonymiteetin säilyneen. Haaga-Helian raportointiohjeistusta on noudatettu tutkimuksen raportoinnissa ja tutkimus on valmistunut aikataulun mukaisesti keväällä 2016.

6.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tämän tutkimuksen pohjalta mielenkiintoisena jatkotutkimusaiheena voidaan pitää sitä, miten kabotaasikuljetukset eli ulkomaille rekisteröityjen ajoneuvojen tekemät kotimaiset kuljetukset vaikuttavat suomalaisten kuljetusyritysten toimintaan. Aihe on ajankohtainen ja erittäin mielenkiintoinen.

6.4 Opinnäytetyöprosessi ja oma oppiminen

Opinnäytetyöprosessi aloitettiin tammikuun lopussa vuonna 2016. Tutkimusta suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa ja tutkimuskyselyn kysymykset käytiin läpi yhdessä toimeksiantajayrityksen toimitusjohtajan sekä vientiliikenteenhoitajan kanssa. Kysymykset pyrittiin tekemään sellaisiksi, että vastaukset antavat tietoa, josta on toimeksiantajalle hyötyä. Näin ollen ensimmäisellä kysymyksillä pyrittiin karsimaan vastaajat, joiden toimintatavat eivät vastanneet toimeksiantajan tarpeisiin eivätkä siten tutkimukseen. Tutkimuskyselyn lähettämistä pohdittiin aluksi siten, että kuljetusyritykset olisi etsitty itse ja lähetetty niille sen jälkeen kyselylomakkeen linkki, mutta lopulta päädyttiin käyttämään SKAL suoritealat ry:tä, jota tutkijana lähestyin puhelimitse ja sähköpostitse. Yhteistyö toimi erinomaisesti SKAL suoritealat ry:n kanssa. SKAL suoritealat ry lähetti kyselyn puolestani, joten se helpotti huomattavasti omaa urakkaani. Vastausprosentti olisi saattanut myös olla alhaisempi, jos olisin itse lähettänyt kyselyn yrityksille, joten oli tärkeää, että sain tehdä yhteistyötä heidän kanssaan.

Itse opinnäytetyön tekeminen oli opettavaista ja mielenkiintoista, koska pääsin tutkimaan asiaa, josta on hyötyä toimeksiantajalle. Opin maantiekuljetusalasta paljon uutta prosessin aikana, kun tutustuin laajasti alan kirjallisuuteen sekä olin tekemisissä lähes päivittäin alan ammattilaisten kanssa, kun kirjoitin opinnäytetyötä yrityksen toimipisteessä Vantaalla. Kehityin tutkijana myös prosessin aikana, koska opinnäytetyö vaati paljon keskustelua ja suunnittelua. Tutkimuksen suurin haaste oli saada riittävästi vastauksia tutkimuskyselyyn, koska sähköpostikyselyt jäivät usein muiden viestien sekaan yrityksissä. Vastausaika tutkimuskyselyssä oli 7 päivää, jonka jälkeen kysely sulkeutui. Ensimmäisenä päivänä kyselyyn tuli melko paljon vastauksia, mutta sen jälkeisinä päivinä vastausten määrä putosi huomattavasti. Yrityksille lähetettiin vielä muistutusviesti, jonka jälkeen useampi vastaaja aktivoitui. Näin ollen saatiin riittävästi vastaajia tutkimuksen onnistumisen kannalta. Toimeksiantajan ehdotuksesta jokaisesta vastauksesta tutkimuskyselyyn päätettiin lahjoittaa euro Lastenklirikoiden Kummit ry:lle, joten tutkimuksella tehtiin samalla myös hyvän-tekeväisyyttä.

Haluan kiittää toimeksiantajayritys Dachser Finland Oy:tä siitä, että sain tehdä mielenkiintoisen tutkimuksen sekä SKAL suoritealat ry:tä hyvästä yhteistyöstä tutkimuskyselyn lähettämisessä.

Lähteet

Dachser 2016a. Yrityskuvaus. Luettavissa: http://www.dachser.com/fi/fi/Portrait_13.htm.
Luettu:26.1.2016

Dachser 2016b. Työsuhteen perusasiat ja yhteiset toimintatavat.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Edita Oy. Helsinki.

Hokkanen, S. & Karhunen, J. 2014. Johdatus logistiseen ajatteluun. 7. uudistettu painos. Sho Business Development. Kangasniemi.

Karhunen, J., Pouri, R. & Santala, J. 2008. Kuljetukset ja varastointi. 2. painos. Saarijärven Offset. Saarijärvi.

Karhunen, J. & Hokkanen, S. 2007. Kansainväliset tavarakuljetukset. Gummerus. Jyväskylä.

Logistiikan maailma 2016a. Maantiekuljetukset – Luettavissa:
<http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Maantiekuljetukset>. Luettu:26.1.2016

Logistiikan maailma 2016b. Kalusto. Luettavissa:
http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Maantiekuljetukset_%E2%80%93_kalusto. Luettu:
26.1.2016

Logistiikan maailma 2016c. Maantiekuljetukset – prosessi. Luettavissa:
http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Maantiekuljetukset_%E2%80%93_prosessi. Luettu:
19.2.2016

Puusa, A., Reijonen, H., Juuti, P., & Laukkanen, T. 2013. Akatemiasta markkinapaikalle. 2. painos. BALTOprint. Liettua.

Ritvanen, V., Inkiläinen, A., von Bell, A. & Santala, J. 2011. Logistiikan ja toimitusketjun hallinnan perusteet. Saarijärven Offset Oy. Saarijärvi.

Sisula-Tulokas, L. 2007. Kuljetusoikeuden perusteet. 3., uudistettu painos. Gummerus. Jyväskylä.

SKAL 2015. Tietoa meistä. SKAL suoritealat ry. Luettavissa:

http://www.skal.fi/tietoa_meista/erikoisjarjestot/skal_suoritealat. Luettu:12.2.2016

Suomen virallinen tilasto (SVT). Tieliikenteen tavarankuljetukset. 3. vuosineljännes 2015.

Helsinki: Tilastokeskus. Luettavissa:

http://www.stat.fi/til/kttav/2015/03/kttav_2015_03_2015-12-18_tie_001_fi.html. Luettu:

29.1.2016

Tienari, J. & Meriläinen, S. 2009. Johtaminen ja organisointi globaalissa taloudessa. 1. painos. WSOYpro. Helsinki.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintasaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6., uudistettu painos. Edita. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Tutkimuskyselyn runko

Arvoisa vastaanottaja,

Opiskelen liiketaloutta Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa ja teen opintoihin kuuluvaa opinnäytetyötä suomalaisten kuljetusyritysten maantiekuljetuksista Eurooppaan. **Kysely sisältää 10 monivalintakysymystä ja vastaaminen kestää noin 2-5 minuuttia. Jokaisesta vastauksesta kyselyyn lahjoitetaan yksi euro Lastenklirikoiden Kummit ry:lle.**

Dachser Finland Oy toimii tutkimuksen toimeksiantajana ja tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten kuljetusyritysten maantiekuljetustoimintaa Suomesta muualle Eurooppaan. Vastaamalla oheiseen kyselyyn, voitte vaikuttaa toimintanne kehittämiseen.

Tämä kysely lähetetään teille SKAL suoritealat ry:n kautta. Antamanne vastaukset käsitellään nimettöminä ja ehdottoman luottamuksellisina. Tulokset julkaistaan ainoastaan kokonaistuloksina, joten kenenkään yksittäisen vastaajan tiedot eivät paljastu tuloksista.

Mikäli haluatte saada lisätietoja tutkimuksesta, voitte ottaa yhteyttä sähköpostitse.

markus.sjoberg2@myy.haaga-helia.fi

Vastausaika päättyy 16.2.2016 klo 16

Kiitos etukäteen vastauksistanne!

1. Operoiko kalustonne ulkomailla?
 - ☐ Kyllä
 - ☐ Ei

2. Kuinka paljon yrityksellänne on kalustoa maantiekuljetuksia varten ulkomaille (Eurooppaan)?
 - ☐ 1
 - ☐ 2-5
 - ☐ 6-10
 - ☐ Yli 10

3. Minkälaista kalustoa yrityksellänne on maantiekuljetuksia varten ulkomaille (Eurooppaan)?
- Puoliperävaunu(Pressukärry)
 - Puoliperävaunu(Kaappikärry)
 - Puoliperävaunu(Double Decker)
 - Täysperävaunu
 - Muu, mikä?
4. Kuinka monta maantiekuljetusta ulkomaille (Eurooppa) yrityksellänne on keskimäärin viikossa?
- Alle 1 (satunnaista liikennettä)
 - 1-3
 - 4-7
 - 8-11
 - 12-20
 - Yli 20
5. Mitä seuraavista palveluista tarjoatte?
- Kappaletavara(Alle 3 Ldm)
 - Osakuorma
 - Täyskuorma
6. Ulkomaanliikenteen (Eurooppa) osuus kaikista yrityksenne maantiekuljetuksista?
- 1-25 %
 - 26-50%
 - 51-75%
 - 76-100%
7. Mihin alueille (Eurooppa) kuljettatte pääasiassa?
- Pohjoismaat
 - Baltian maat
 - Itä-Euroopan maat
 - Länsi-Euroopan maat
 - Etelä-Euroopan maat

8. Valitse 1-5 tärkeintä maata (Eurooppa), missä kalustonne operoi säännöllisesti(vähintään kerran viikossa)?

- ☐ Alankomaat
- ☐ Albania
- ☐ Andorra
- ☐ Belgia
- ☐ Bosnia ja Hertsegovina
- ☐ Bulgaria
- ☐ Espanja
- ☐ Irlanti
- ☐ Islanti
- ☐ Iso-Britannia
- ☐ Italia
- ☐ Itävalta
- ☐ Kosovo
- ☐ Kreikka
- ☐ Kroatia
- ☐ Latvia
- ☐ Liechtenstein
- ☐ Liettua
- ☐ Luxemburg
- ☐ Makedonia
- ☐ Malta
- ☐ Moldova
- ☐ Monaco
- ☐ Montenegro
- ☐ Norja
- ☐ Puola
- ☐ Portugali
- ☐ Ranska
- ☐ Romania
- ☐ Ruotsi
- ☐ Saksa
- ☐ San Marino
- ☐ Serbia
- ☐ Slovakia
- ☐ Slovenia

- Suomi
- Sveitsi
- Tanska
- Tšekki
- Turkki
- Ukraina
- Unkari
- Valko-Venäjä
- Vatikaanivaltio
- Viro
- Venäjä

9. Yrityksenne koko?

- 1-5 henkilöä
- 6-10 henkilöä
- 11-50 henkilöä
- 51-250 henkilöä
- Yli 250 henkilöä

10. Yrityksenne myy palveluita

- Yritysasiakkaille
- Yksityisasiakkaille
- Huolintaliikkeille

11. Halutessanne voitte jättää yhteystietonne.

- Nimi
- Yritys
- Osoite
- Paikkakunta
- Postinumero
- Sähköpostiosoite
- Puhelinnumero